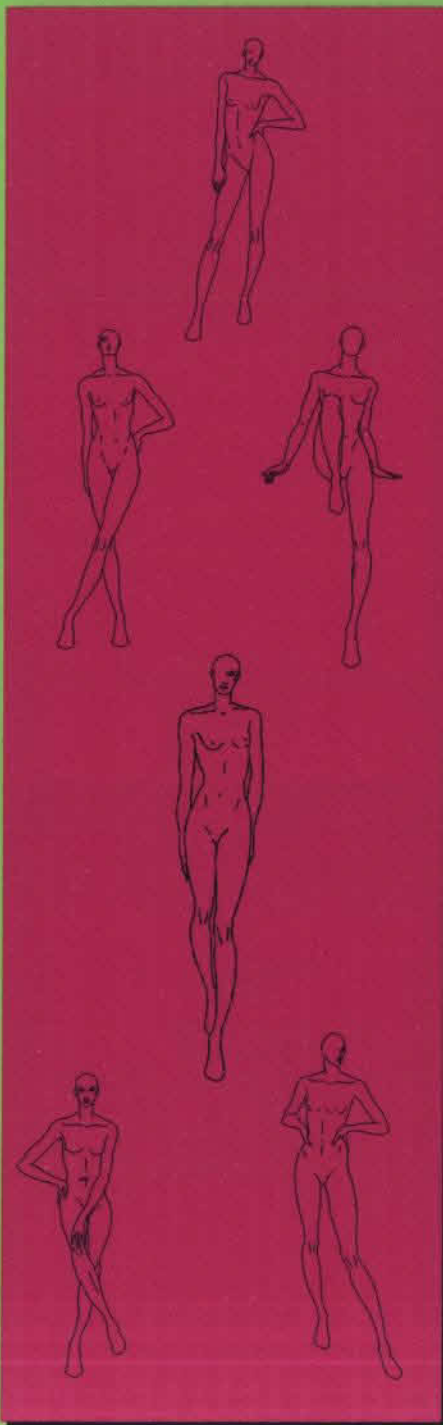


*Moda Versátil adecuada
para la
Mujer Ejecutiva*



Presentado por
Blanca Estela Sagel

2006

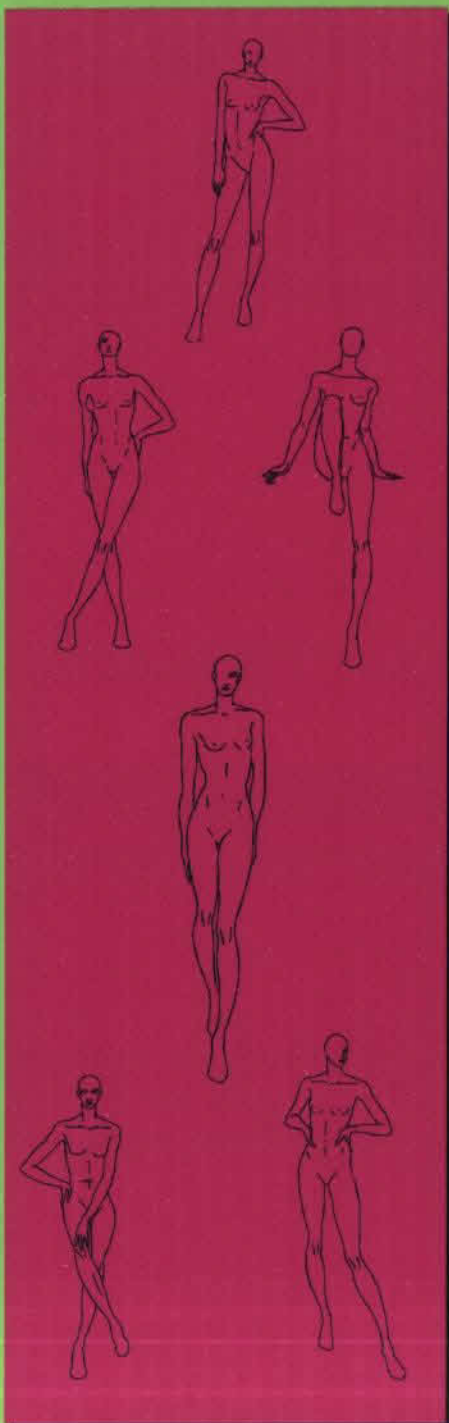


Dedicatoria


Sustentadora
22 / abril / 2006
T. VALDES
E. URRUTIA
E. PEREZ.



*Dedico este proyecto primeramente a Dios quien día a día
me a dado la fuerza para continuar con mis metas, a mi madre
Ruby, mi hija Estela May y a mi esposo Juan por sus sabios
consejos, a mis compañeros de Postgrado y Maestría quienes como
yo reúnen tiempo y esfuerzos por obtener un título profesional*




Agradecimiento



Deseo agradecer especialmente a mi Dios por darme la perseverancia en este trabajo de graduacion. Por otra parte, no puedo pasar por alto agradecerle a mis profesores, quienes me dieron sus sabios y atinados consejos impartidos durante el tiempo establecido de clases, quienes han sido el apoyo y de la enseñanza para culminar mis estudios. A mi Esposo Juan por su ayuda incondicional, ha sido el eje fundamental en mi formación profesional, a mi amiga Mónica Chiari por sus valiosos consejos en mi proyecto.

Y finalmente a mis queridos compañeros quienes han sido de mucha ayuda para la culminación de mis estudios y por los buenos tiempos que pase junto a ellos.





Resumen Sumario



Mi trabajo trata de la importancia que tiene la mujer al vestirse adecuadamente en su trabajo diario.

1- Las principales épocas, tendencias de la moda y la evolución en el vestir de las personas que imitan es muy útil al diseñador de moda para enmarcar sus creaciones en un determinado contexto, su relación con el desarrollo del estilo que imitan la moda clásico y la moda de la época actual (moderno), para mujeres ejecutivas nos llevan a la nueva idea de crear una Guía de Moda donde la mujer profesional pueda utilizar las piezas que tienen en casa y algunas que puedan comprar en los almacenes del país y así obtener más conjuntos combinables entre ellos.

Para la investigación del proyecto se investigo primero sobre los antecedentes de la Moda en Panamá que detallamos a continuación:

2-Los grupos étnicos más comunes son: Los Indios Gnobe-Bugle anteriormente conocidos como "Guaymíes", que habitan generalmente en las tierras altas de la provincia de Chiriquí y Bocas del Toro y Veraguas.

3- **En Darién son los Emberas y Wounan** que llegaron de las selvas cercanas de Colombia. Adaptados a las exigentes condiciones que imperan en un medio como las selvas tropicales, los Chocoes, Emberá y Wounan reparten su tiempo en la actualidad en tareas de cultivo como el arroz, plátano y aguacate.

4- **Los Chocoes junto con los Kunas** de San Blas son las tribus indígenas más coloridas de Panamá y les asemejan la utilización de los adornos corporales en forma vistosa, chaquiras y pinturas corporales que son en el caso de los Chocoes, mucho más vistosas con adornos físicos de forma Geométricas.

5- **Los Indios Kunas** viven en el Archipiélago de Las Mulatas o de San Blas y en las Cuencas de los ríos Bayano y Chukunaque. Son de origen Caribe. De estatura pequeña, cortos de cuellos y de cabeza grande, espaldas anchas, robustos de pecho, piernas cortas y pies pequeños. Los indios visten las Molas con vistosos colores. Llevan aretes de oro en las orejas y argollas en la nariz.

6- **La presencia africana:** Historia Social de los Afro Panameños: Los estudios de la presencia africana en el Caribe han documentado el hecho de que el aporte de la etnia a la región del Caribe, sobre todo en Panamá ha sido importante. La población actual de la provincia del Darién esta conformada por tres componentes étnicos: el negro, el indígena, el latino interiorano.

7- **La presencia de los Chinos** en Panamá se remonta a su llegada al Istmo a mediados de 1850 cuando se da inicio a la construcción del Ferrocarril Transísmico y luego la construcción del Canal. Estos llegaron como obreros no

especializados para dedicarse a labores en las que no destacaron y terminaron desplazándose a pequeñas actividades comerciales como las abarroterías, fondas y lavanderías.

8- **Las primeras panameñas** vivieron momentos de grandes cambios algunos de ellos en la Moda. "En 1903 el Istmo traía nuevos aromas. Nuestro vestido La Pollera tiene su origen en España, pero no en el traje regional español, que en contra de la opinión general, no llega a tener la forma definida con que hoy lo conocemos hasta el siglo XVIII. La Pollera panameña nace del traje femenino español del siglo XVII. En el Siglo XVII el traje de diario en esa época era un traje de amplio vuelo con dos o tres zócalos, sobre puesto o bordado en dibujos florales (saya).

9- En 1903 el territorio se había convertido en república, la promesa de un Canal, esta vez construido por los estadounidenses, traían esperanzas económicas y mejores condiciones de vida. Las mujeres experimentaron, con alegría, alteraciones en su vestir, comenzaron a mirar más hacia la moda europea que ya tenía siglos de estar variando sus modas en aquel entonces era la cuna de la moda femenina, no solo aquí en Panamá sino también en Europa.

10- El siglo comenzó con la herencia del siglo anterior, la figura en forma de **"S"**: El busto se destacaba pero el centro de todo énfasis era el deshierre que se abultaba en lo que llamaban en Francia "La caída de los riñones". Los sombreros se llevaban sobre la parte frontal de la cabeza para balancear la figura que se tiraba hacia atrás en la parte inferior. Así con la figura bien tallada por el corsé, las mujeres terminaban con curvas bien resaltadas pero gracias a ropas asfixiantes.

11- Las telas que se usaban eran muselina de seda, tul, crepé de china, satén, chifón en las noches. Mangas abultadas, mangas balón, que luego se desinflaron y se convirtieron en magas ajustadas que llegaban hasta la mitad de la mano.

Faldas: Acampanadas, que se acomodaban hacia delante como remolino para la fotos, pero en 1908, las faldas se adelgazaron perdieron volumen y peso.

12- Las mujeres vestían ropas de tela más ligera, la línea del cuerpo se hacia más natural y el guardarropa más cómodo.
Adornos: Encajes, aplicaciones en crochet, bordados y estampados pintados a mano.

13- Hoy, la moda ejecutiva para la mujer presenta diferentes aristas en la que toda profesional se involucra. En la moda es un problema de todos; por tal razón, diferentes sectores: políticos, privados, económicos y otros, exigen que la mujer ejecutiva invierta más en vestuarios y mejore la calidad de la Imagen de la profesional.

Atendiendo a ese llamado, las ejecutivas de hoy emplean diversos estilos para lograr una mejor aceptación en las empresas donde se desempeña. Los grandes creadores recomiendan tener siempre un buen “fondo de armario”: prendas básicas, de calidad.

14- Situación del Problema:

Las profesionales necesitan cada día vestirse adecuadamente para su trabajo, pero a veces no tienen tiempo para elegir un buen conjunto o gastan mucho dinero comprando vestidos de más, llenando el closet de piezas que a veces ni se usan o están allí pero no sabemos como sacarle mejor provecho. Para ayudarlas se nos ocurrió diseñar una guía de moda dedicadas a ellas.

El mismo consiste en una guía práctica para la mujer ejecutiva que comprende de un catálogo guía cuyo tema es:

Moda Versátil Adecuado para la Mujer Ejecutiva, la misma estará elaborada para saber combinar y comprender mejor los diseños de vestidos ejecutivos según los que tengan en el armario de su casa, los que obtengan en el comercio y las alternativas presentadas en la Guía de moda, también es importante el ambiente que la rodea y el tipo de trabajo que desempeña.

15- Justificación:

La importancia de este trabajo radica en la comparación que se estudia de los métodos para la Guía de Diseño de Moda para la mujer profesional programada de tal forma que se puedan evidenciar, apreciar y avalar las ventajas y desventajas que ofrece esta **Guía de Moda Ejecutiva**. Se hacen presentes las técnicas pictóricas más utilizadas en las ilustraciones de moda como, los elementos geométricos, los valores lineales, las gamas de colores y las texturas en la elaboración de los diseños de vestimenta ejecutiva, accesorios, las siluetas y proporciones de la mujer.

16- Objetivos:

Elaborar una herramienta de vestir en ideas de piezas del vestuario para la oficina, fácil y adaptable a diversos uso del día y de la noche según las necesidades del vestir de la mujer profesional. Un método de guía práctica y sencilla que permitirá a los profesionales realizar ideas combinables entre sí y por ende a mejorar la calidad en seleccionar mejor su guardarropa y su personalidad.

17- Confiabilidad y Validez de la prueba

De acuerdo con los datos estadísticos que arroja la encuesta sobre la [Guía Práctica de Diseño de Moda para Ejecutivas](#), la prueba tiene un alto grado de aceptación entre las profesionales.

18- Para llevar a cabo la ilustración de La Guía de Moda se requiere:

Que estén bien dibujadas las figuras y que además, las poses sean graciosas y variadas del tal modo que pueda distinguirse cualidades de la tela y forma del vestido.

En la presentación de la Guía de moda las siluetas deben ser de alta estatura, baja estatura, de contexturas llenitas, de contexturas delgadas y altas.

Para los dibujos de la Guía de moda se utilizaran fondos que rodeen el vestido del ambiente adecuado.

19- Población:

Está dirigido al público femenino mayor de 18 años a 60 años que trabajan en instituciones privadas, públicas e independientes.

20- Muestra

Se considero un grupo de 40 mujeres que trabajan en oficinas privadas como profesionales e independientes y de la rama de la educación. Es decir, se considero toda la población como muestra.

21- Instrumentación de recolección de Datos

Para el desarrollo de este trabajo se empleo una Encuesta aplicada a las mujeres Ejecutivas en su oficina y mujeres de la educación .Estas mujeres profesionales laboran en un horario de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. y sus edades oscilan entre 19 y 60 años de edad.

22- En la realización del estudio sobre la [Guía de Moda Versátil](#) para mujeres Ejecutivas llegamos a la conclusión que sería esta una herramienta de gran utilidad para las profesionales y posibles soluciones que seria de mucha ayuda en su vestimenta diaria para su profesión.

23- **Diseño:**Para ser realidad nuestra [Guía de Moda](#) nuestra propuesta se basa siguiendo los objetivos trazados en su elaboración de los medios visuales gráficos efectivos de divulgación. Diseñamos elementos de las vestimentas de nuestra etnia, diseños muy actuales, accesorios para completar el conjunto, plantillas de la figura humana o maniquíes en formas graciosas que le darán las formas, líneas y texturas, colores para lograr un buen diseño en cada página de nuestra Guía de Moda. Se uso los programas de Adobe Illustrator CS2, Microsoft Word Document, Corel Draw II y Adobe Photoshop 7.0.



Índice

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen Sumario

Capítulo I

I. Introducción

I.1. Antecedentes, Reseña histórica de la moda en Panamá.....	Pág. 1
I.1.1. Los grupos étnicos más comunes.....	1
I.1.2. La presencia africana.....	5
I.1.3. La presencia China en Panamá.....	7
I.1.4. Las primeras panameñas.....	8
I.2. Definición del problema.....	12
I.2.1. Situación del problema.....	13
I.2.2. Delimitación Histórica.....	14
I.3. Justificación.....	14
I.3.1. Aporte.....	14
I.4. Objetivos.....	15
I.4.1. Objetivos Generales.....	15
I.4.2. Objetivos Específicos.....	15





Capítulo 2

2. Marco Teórico

2.1. Importancia de la Guía de Moda Programada para mujeres Ejecutivas.....	16
2.1.2. La Guía programada se identifica con las características de nuestra época destacándose las siguientes:.....	16
2.1.3. La creciente complejidad de avances tecnológicos, científicos y académicos:.....	17
2.1.4. Las fuentes de información para la investigación de la Guía de Moda para Ejecutivas.....	17
2.1.5. Moda y Personalidad.....	18
2.1.6. Moda en la Oficina.....	18
2.1.7. Profesionalismo.....	19
2.1.8. Muy conservadores.....	19
2.2. Confiabilidad y Validez de la prueba.....	21
2.3. Procesamientos de Datos.....	21
2.3.1. Proceso de resultados de Diseño.....	21
2.3.2. Definición de variables.....	23

Capítulo 3

3. Metodología

3.1. Área Geográfica.....	24
3.2. Población.....	24
3.2.1. Muestra.....	24
3.3. Instrumentación de recolección de Datos.....	25
3.3.1. La Encuesta.....	25
3.3.2. Procesamientos de Datos.....	25
3.3.3. Resultados de la Encuesta.....	25





Capítulo 4

4. Propuesta de Diseño

4.1. Contenido de la Propuesta.....	31
4.2. Diseños.....	32

Capítulo 5

Marco Económico.....	33
----------------------	----

Capítulo 6

Diseños del Proyecto

Conclusiones

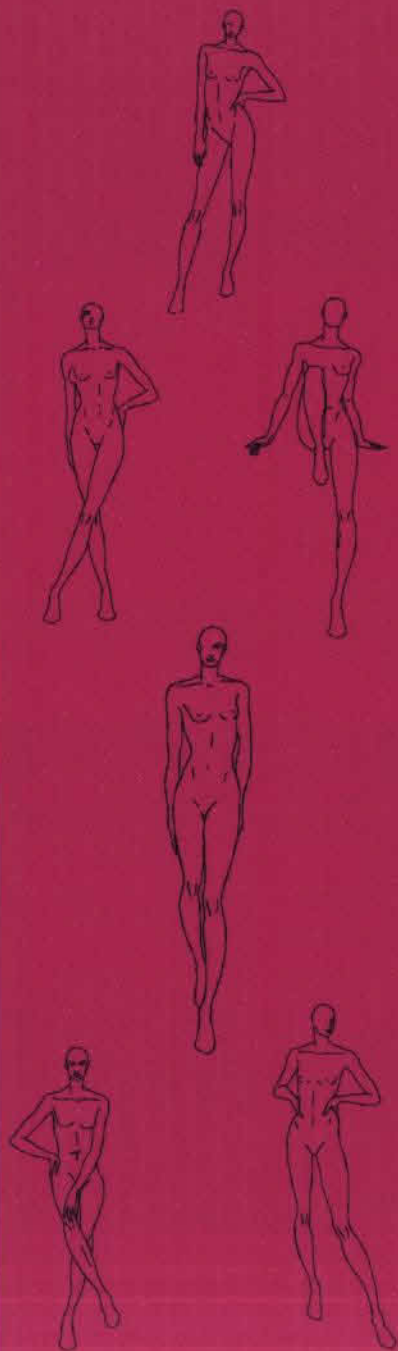
Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



Introducción





I. Introducción

En la ciudad de Panamá no está saturado el **"Diseño Ejecutivo"**, por el contrario es hoy en día en nuestro país hay más mujeres ejecutivas en distintas ramas del comercio que necesita de este tipo de vestimenta.

Las principales épocas y tendencias de la moda y la evolución en el vestir de las personas que imitan es muy útil al diseñador de moda para enmarcar sus creaciones en un determinado contexto, su relación con el desarrollo del estilo que imitan la moda clásico y la moda de la época actual (moderno), para mujeres ejecutivas nos llevan a la nueva idea de crear una Guía de Moda donde la mujer profesional pueda utilizar las piezas que tienen en casa y algunas que puedan comprar en los almacenes del país y así obtener más conjuntos combinables entre ellos.

Para la investigación del proyecto se investigo primero sobre los antecedentes de la Moda en Panamá que detallamos a continuación.

I.1. Antecedentes, Reseña histórica de la moda en Panamá.

Para conocer el tema es necesario investigar como surgieron los primeros diseños en Panamá a través de trabajos anteriores sobre la vestimenta en Panamá. Para dar fe de nuestra historia en la moda empezaremos por nuestros indios y primeros pobladores en nuestro Istmo.

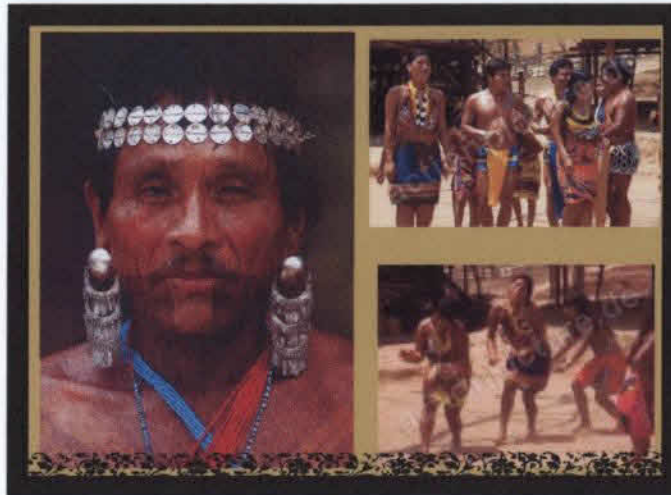
I.1.1. Los grupos étnicos más comunes son: Los Indios Gnobe-Bugle anteriormente conocidos como "Guaymíes", que habitan generalmente en las tierras altas de la provincia de Chiriquí y Bocas del Toro. Es un Grupo algo segregado a las áreas montañosas que conservan aún muchas de sus costumbres incluyendo juegos y ceremonias de sus antepasados. Las mujeres se visten con camisolas fabricadas a mano, muy coloridas y adornadas con diseños geométricos. Usan collares de cuentas llamadas "Chaquiras".



Estos collares son populares en sus vestidos y reflejan la influencia de su cultura. Como artesanos son muy hábiles y entre sus destacadas obras están: la chaquira multicolor, las chácaras, sombreros pintados y la clásica y muy conocida nagua o bata Guaymí. Los Guaymies del Norte, los de Bocas del Toro que viven en la costa, han adoptado la forma tradicional de vestir de los latinos. Las mujeres utilizan vestidos largos, por debajo de las rodillas en su mayoría y los hombres visten como latinos. Los hombres del sur visten también de una forma latina. Las mujeres sin embargo utilizan un "vestuario autóctono, la nagua, adornada con collares cuya confección tiene una técnica especial y diseños propios.

El hombre usa camisas de algodón color kaki con sombrero de paja. Tanto mujeres como hombres se pintan el rostro con líneas rectas y diseños geométricos.

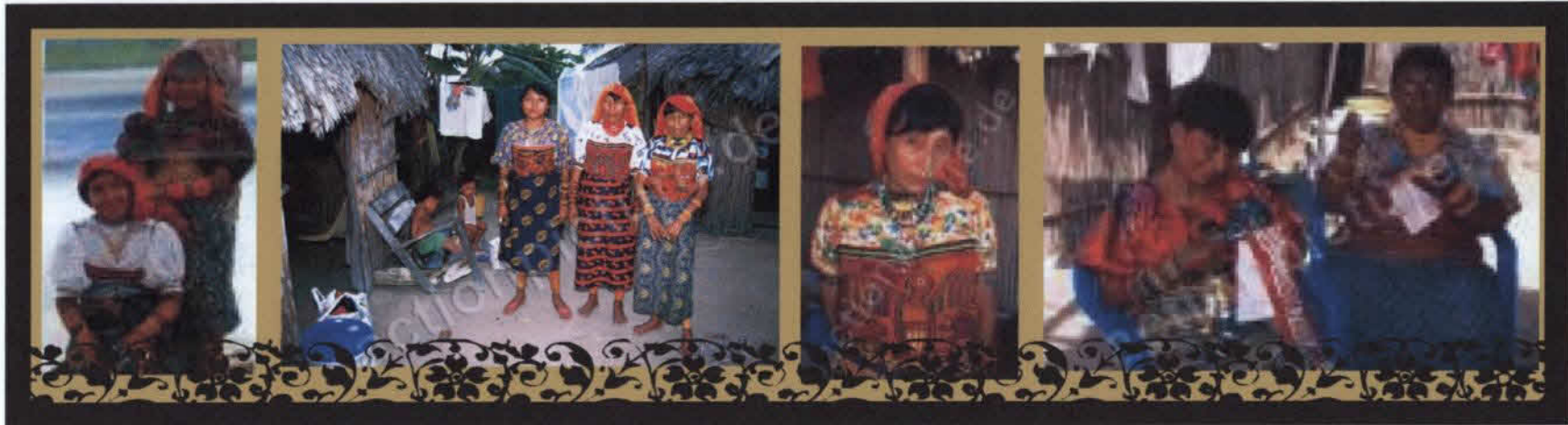
"Agenda Publicación de Criterion Publications Inc., Corporación La Prensa, Panamá, Año 2000"



En Darién son los Emberas y Wounan que llegaron de las selvas cercanas de Colombia. Adaptados a las exigentes condiciones que imperan en un medio como las selvas tropicales, los Chocoes, Emberá y Wounan reparten su tiempo en la actualidad en tareas de cultivo como el arroz, plátano y aguacate.

Los Chocoes junto con los Kunas de San Blas son las tribus indígenas más coloridas de Panamá y les asemejan la utilización de los adornos corporales en forma vistosa, chaquiras y pinturas corporales que son en el caso de los Chocoes, mucho más vistosas con adornos físicos de forma Geométricas.

Para esto utilizan la fruta de la jagua la cual maceran con la ceniza de balsa para darle consistencia y que no se filtre en la piel. Estos adornos suelen durar unos ocho días y tienen diversos significados o como simple protección contra los mosquitos. La plata es otro de los adornos más comunes entre los Chocoes varones en lo que son verdaderos expertos en martillar hasta crear sus propios diseños. Es frecuente ver en los hombres en su vestido de gala enormes pecheras y pendientes de plata.



Los Indios Kunas viven en el Archipiélago de Las Mulatas o de San Blas y en las Cuencas de los ríos Bayano y Chukunaque. Son de origen Caribe. De estatura pequeña, cortos de cuellos y de cabeza grande, espaldas anchas, robustos de pecho, piernas cortas y pies pequeños. Los indios visten Las Molas con vistosos colores. Llevan aretes de oro en las orejas y argollas en la nariz.

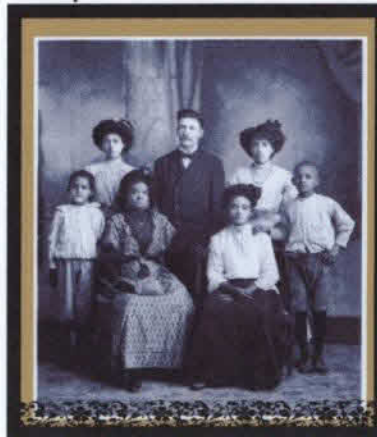
La palabra Mola, recibe varios significados como: vestido, ropa, una yarda de tela, un tejido o una blusa femenina confeccionada con la combinación de telas con vistosos y variados colores. Varios estudios de esta cultura sostienen que las molas surgieron al emigrar los Kunas a las islas, a mediados del siglo XIX; es decir, cuando entraron en contacto con otros pueblos.

Según los ancianos Kunas, la mola se origino cuando, a orillas del río Disuknu, habitaban en un pueblo antiguo con una organización tribal, y la Divina Providencia envió a Ibeorgun, acompañado de su hermana Olokikadiyai, para impartir instrucciones sobre el diseño y confección de las molas a los poblados del río Yco. Con este relato, los Kunas afirman que las molas son parte integrante de su aporte cultura, aunque en realidad, la materia prima es occidental.

Pero también están convencidos de que las molas no surgieron por azar sino que fueron imitación de la pintura geométrica corporal de sus ancestros. Las figuras de las molas suelen ser antropomorfas, zoomorfas o también inspiradas por elementos foráneos (aviones, banderas. etc.) (Marcela Hilbert, año 2000.)

I.1.2. La presencia africana: Aquí presentamos una prueba de nuestro glorioso mestizaje que no admite discusión. Esta pareja hizo caso de sus anhelos espirituales y unieron sus destinos. Vemos cómo van alejándose y acercándose en sus rasgos todos sus descendientes, no cabe la menor duda que también su vestimenta es igual a las mujeres y hombres europeos y americanos de esa época.

Historia Social de los Afro Panameños: Los estudios de la presencia africana en el Caribe han documentado el hecho de que el aporte de la etnia a la región del Caribe, sobre todo en Panamá ha sido importante. La población actual de la provincia del Darién esta conformada por tres componentes étnicos: el negro, el indígena, el latino interiorano.

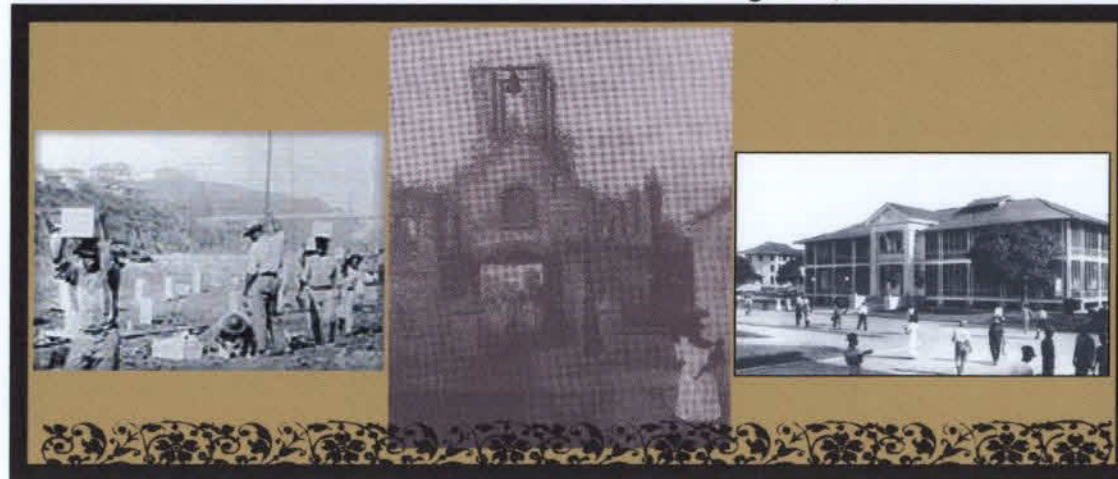


"Marcela Hilbert, Panamá, año 2000.

La etnia negra, la cual se registra históricamente en Darién llegada del esclavo negro llamado Nuflo de Olano, quien acompañó a Vasco Núñez de Balboa en la expedición que logró llegar a descubrir el Mar del Sur en el año 1513, desde la Provincia del Darién. Posteriormente llegaron nuevos grupos africanos como resultado del mercado esclavista, por ser Darién centro y distribución de estos y otras áreas como: Bocas del Toro, Islas de Las Perlas, Río Hato el Ferrocarril y la construcción del Canal.

“La presencia africana en Darién se remonta a los primeros años del primer decenio del siglo XVI, quienes fueron traídos por la fuerza para ser sometidos en lo más cruel, inhumano y prolongado escenario de violación de los derechos humanos. Las personas Africanas no solo tuvieron que resistir la brutalidad de la esclavitud sino que también se les obligó a no extrañar su patria. Las adversidades señaladas no impidieron que los africanos iniciaran rebelión de cimarrones son el símbolo de las resistencias africanas en América dando al surgimiento de pueblos y naciones afro-americanas con identidad propia de su libertad.

El grupo negro no ha transmitido su cultura enteramente pura, sino perturbada desvirtuada o modificada por la esclavitud y los siglos del coloniaje español. Muchos de los rasgos africanos culturales subsisten entre los negros darienitas panameños, especialmente en las manifestaciones del folclore de la región .(diadelaetnia.homestead.com)



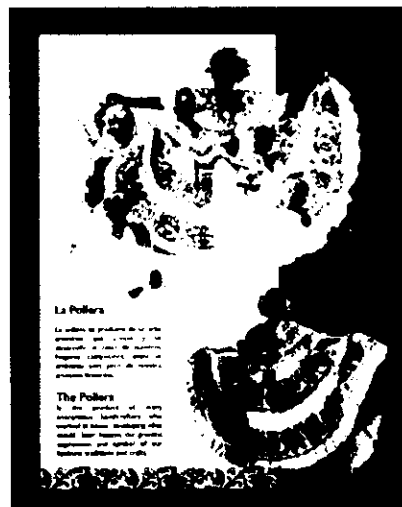
I.1.3. La presencia de los Chinos en Panamá se remonta a su llegada al Istmo a mediados de 1850 cuando se da inicio a la construcción del Ferrocarril Transísmico y luego la construcción del Canal. Estos llegaron como obreros no especializados para dedicarse a labores en las que no destacaron y terminaron desplazándose a pequeñas actividades comerciales como las abarroterías, fondas y lavanderías.

Siendo "Matachín" ; en los alrededores del río Chagres su primer lugar de asentamiento, en busca de mejores oportunidades, se desplazan hacia lo que era la ciudad de Panamá, ubicándose en una calleja empedrada y estrecha conocida bajo el nombre "Salsipuedes", cuyo nombre proviene de las muertes y desapariciones misteriosas que allí tuvieron lugar. Paulatinamente los descendientes de los primeros emigrantes comenzaron a ingresar en el sector profesional o empresarial. Tenemos que destacar que los aportes de los chinos al desarrollo del sistema de vida de los panameños, tanto en el pasado como el presente, han sido realmente trascendentales, porque hoy los chinos, contribuyen con esa disposición de trabajo al progreso técnico y económico de Panamá, un país al que han adoptado como propio.



I.1.4. Las primeras panameñas vivieron momentos de grandes cambios algunos de ellos en la Moda. "En 1903 el Istmo traía nuevos aromas. Nuestro vestido **La Pollera** tiene su origen en España, pero no en el traje regional español, que en contra de la opinión general, no llega a tener la forma definida con que hoy lo conocemos hasta el siglo XVIII. La Pollera panameña nace del traje femenino español del siglo XVII. En el Siglo XVII el traje de diario en esa época era un traje generalmente o con una saya de amplio vuelo con dos o tres zócalos, sobre puesto o bordado en dibujos florales. Es esto sencillamente la pollera. En cuanto a la pollera montuna o de diario, una saya de un tejido de algodón fino estampado con dibujo floral, es de uso normal en climas suaves

En el Museo del pueblo Español se conserva un traje de mujer cordobesa de percal estampado con dibujos menudos, mucho vuelo y un volante que es muy parecido a nuestra Pollera panameña. El complicado tocado a base de peinetas doradas con piedras nos hace pensar en la valenciana y en la salmantina, que no llevan peinetas, llevan agujones vistosos; es natural que el peinado y adorno panameño no sean una imitación sino que con el tiempo se transforma y adquiere un carácter que la diferencia de otro.



Algo sobre el nombre: El diccionario registra la palabra pollera como vestido de la cintura abajo con muchos pliegues y vuelos. Además, las fechas que nos dan los que han pretendido propagarlas, son tan cercanas al 1900, que quedan desmentidas con los datos que se poseen, en los que ya aparece el nombre POLLERA para tal vestido antes de 1846.



En 1903 el territorio se había convertido en República, la promesa de un Canal, esta vez construido por los estadounidenses, traían esperanzas económicas y mejores condiciones de vida. Las mujeres experimentaron, con alegría, alteraciones en su vestir, comenzaron a mirar más hacia la moda europea que ya tenía siglos de estar variando sus modas en aquel entonces era la cuna de la moda femenina, no solo aquí en Panamá sino también en Europa.
(Rodrigo Miró, Revista Época, La Lotería, Estrellas de Panamá)

El siglo comenzó con la herencia del siglo anterior, la figura en forma de **"S"**: El busto se destacaba pero el centro de todo énfasis era el deshierre que se abultaba en lo que llamaban en Francia "La caída de los riñones". Los sombreros se llevaban sobre la parte frontal de la cabeza para balancear la figura que se tiraba hacia atrás en la parte inferior. Así con la figura bien tallada por el corsé, las mujeres terminaban con curvas bien resaltadas pero gracias a ropas asfixiantes.

(Rodrigo Miró, Revista Época, La Lotería, Estrellas de Panamá)



El encaje era lo más in de la época, se usaba para adornar los trajes de noche, que generalmente eran más escotados que los de día. Para aquellas que no podían comprar encajes, los tejidos de crochet eran la siguiente mejor opción. Los colores de moda eran el rosado, azul, vino tenue, tonos pasteles y lamé negro.

Las telas que se usaban eran muselina de seda, tul, crepé de china, satén, chifón en las noches. Mangas abultadas, mangas balón, que luego se desinflaron y se convirtieron en magas ajustadas que llegaban hasta la mitad de la mano. Faldas: Acampanadas, que se acomodaban hacia delante como remolino para la fotos, pero en 1908, las faldas se adelgazaron perdieron volumen y peso.

Las mujeres vestían ropas de tela más ligera, la línea del cuerpo se hacia más natural y el guardarropa más cómodo. Adornos: Encajes, aplicaciones en crochet, bordados y estampados pintados a mano.

Los primeros almacenes de esa época eran el Bazar Francés y el Bazar Chino. "Desde 1877, Esther Pizza de Maduro había abierto Maduro e hijos en el Casco Viejo. En 1920 compró La Villa de París, que hoy conocemos como "Felix B. Maduro. "En 1904, Gustavo Eisemman y Carlos Eleta inauguraban The American Bazaar, luego conocido como el Bazar Americano, en la Avenida Central; convertido en las cadenas de tiendas Danté." La mayoría de los vestidos se hacían en casa o donde la costurera. A las mujeres les bastaba con tener tres vestidos a la vez y se usaba hasta que tuvieran que remplazarse por desgaste.

Las mujeres Panameñas también comenzaban a trabajar fuera de casa. Con el auge de la educación, muchas se convirtieron en maestras; una profesión de prestigio. Esta emancipación en la mujer también hizo cambios en su vestir. Se puso de boga el traje sastre, que consistía en falda y blusa estilo chaqueta. Las usaban para viajar, caminar, en trabajos de institutrices, secretarias y vendedoras.(Ileana Perez Burgos, pág. 24,25)



.(Ileana Perez Burgos, pág. 24,25)

Hoy, la moda ejecutiva para la mujer presenta diferentes aristas en la que toda profesional se involucra. En la moda es un problema de todos; por tal razón, diferentes sectores: políticos, privados, económicos y otros, exigen que la mujer ejecutiva invierta más en vestuarios y mejore la calidad de la Imagen de la profesional.



Atendiendo a ese llamado, las ejecutivas de hoy emplean diversos estilos para lograr una mejor aceptación en las empresas donde se desempeña.

I.2. Definición del problema

¿Sería esta Guía de Diseño de Moda Ejecutiva la respuesta para ayudar a muchas mujeres ejecutivas en Panamá en la solución de su diario vestir en la oficina y fuera de ella?

1.2.1. Situación del Problema:

Las profesionales necesitan cada día vestirse adecuadamente para su trabajo, pero a veces no tienen tiempo para elegir un buen conjunto o gastan mucho dinero comprando vestidos de más, llenando el closet de piezas que a veces ni se usan o están allí pero no sabemos como sacarle mejor provecho. Para ayudarlas se nos ocurrió diseñar una guía de moda dedicadas a ellas.

El mismo consiste en una guía práctica para la mujer ejecutiva que comprende de un catálogo guía cuyo tema es: *Moda Versátil Adecuado para la Mujer Ejecutiva*, la misma estará elaborada para saber combinar y comprender mejor los diseños de vestidos ejecutivos según los que tengan en el armario de su casa, los que obtengan en el comercio y las alternativas presentadas en la Guía de moda, también es importante el ambiente que la rodea y el tipo de trabajo que desempeña.

La guía estará diseñada para mujeres profesionales de alta estatura, baja estatura, de contextura llenitas y de contextura delgadas entre los 19 años a 60 años de edad, con el propósito de darles una panorámica más amplia en su armario con líneas sobrias y elegantes que admitan combinaciones que no pasen de moda con otras más modernas.

La tarea de mantener el vestuario a punto, no es difícil ni tan caro; basta observar lo que se lleva hoy día y a la vez observarse uno mismo. Los grandes creadores recomiendan tener siempre un buen "fondo de armario": prendas básicas, de calidad.

A la vez conviene conocer el patronaje que realza la figura, las prendas y colores que favorezcan la silueta de cada persona, también es importante el clima, el calor y la humedad ya que en verano debemos vestirnos con piezas claras, colores cítricos y telas ligeras; para el invierno las piezas principales deben ser de tonos oscuros combinados con otros más claros.

Por otra parte, descubrir los complementos: bolsos, zapatos, , prendas y pañuelos adecuados para cada momento, proporcionarán un toque personal y moderno, reflejando a la vez el buen gusto de la persona que sabe estar a la moda sin rendirse ante ella.

I.2.2. Delimitación Histórica

El proyecto se inicia del 3 de marzo al 10 del mismo mes de 2005, por lo que comenzamos a trabajar con el *"Diseño de Moda Versátil Adecuado para la mujer Ejecutiva en Panamá"* de tal forma que desarrollamos y diseñamos cada página de la Guía practica con sus respectivos objetivos, informaciones prácticas y la retroalimentación.

Una vez culminada esta etapa se procedió a la aplicación del instrumento, el cual fue suministrado a un grupo de mujeres profesionales del 7 de marzo al 10 de marzo del mismo año.

I.3. Justificación:

La importancia de este trabajo radica en la comparación que se estudia de los métodos para la Guía de Diseño de Moda para la mujer profesional programada de tal forma que se puedan evidenciar, apreciar y avalar las ventajas y desventajas que ofrece esta nueva *Guía de Moda Ejecutiva*. Se hacen presentes las técnicas pictóricas más utilizadas en las ilustraciones de moda como, los elementos geométricos, los valores lineales, las gamas de colores y las texturas en la elaboración de los diseños de vestimenta ejecutiva, las siluetas y proporciones de la mujer.

De igual forma, las profesionales en general, se verá beneficiadas con un método que permitirá a muchas jóvenes y adultas tener una idea apropiada del uso de la vestimenta para una Empresa, Institución o la independiente.

I.3.1 Aporte:

Aplicar un nuevo método de Guía de Moda grupal o individual que permitirán a las profesionales realizar ideas combinables que la llevarán a aumentar su capacidad cultural y profesional y por ende, a mejorar su vestir diario en su trabajo.

I.4. Objetivos:

Elaborar una herramienta de vestir en ideas de piezas del vestuario para la oficina, fácil y adaptable a diversos uso del día y de la noche según las necesidades del vestir de la mujer profesional. Un método de guía práctica y sencilla que permitirá a los profesionales realizar ideas combinables entre sí y por ende a mejorar la calidad en seleccionar mejor su guardarropa y su personalidad.

I.4.1. Objetivos Generales

Comparar la eficacia de una *Guía de Moda Versátil para la mujer Ejecutiva* aplicada a la mujer profesional es:

- 1- Comprender las tendencias de la moda desde su: historia, perspectiva, formatos, imagen, color, ilustraciones, tradición, comprensividad.
- 2- Comprender el Diseño de Moda Ejecutiva como instrumento creativo en el desarrollo de las diversos estilos de la moda profesional.
- 3- Crear formas de prototipos consónas a las exigencias del mercado nacional para ellas.

I.4.2. Objetivos Específicos

- 1- Conocer la historia de cómo surgió los primeros diseños en Panamá.
- 2- Realizar investigaciones sobre la moda ejecutiva y las últimas tendencias en Panamá.
- 3- Ofrecer la mujer profesional una línea de diseños de vestidos Ejecutivos, versátil, elegante, y de bajo costos.
- 4- Diseñar un mostrario de los diferentes estilos o modas para la mujer en la empresa.
- 5- Realizar composiciones, colores, texturas y accesorios en la prenda de vestir de las mujeres profesionales.
- 6- Utilizar las técnicas pictóricas en los elementos geométricos, los valores lineales, la carta de colores y las texturas en las elaboración de los diseños.



Marco Teórico



2. Marco Teórico

2.1. Importancia de la Guía de moda Programada para Mujeres Ejecutivas.

¿Qué es Diseño de Modas?

Es el crear vestimentas apropiadas en una época determinada para el uso de las personas.

¿Qué es Diseño de Modas Versátil?

Moda Versátil es aquella en la cual se crea una vestimenta fácilmente adaptable a diversas ocasiones según la necesidades del vestir de la mujer.

2.1.2. La Guía programada se identifica con las características de nuestra época destacándose las siguientes:

El estudio se realiza en el I Semestre del año lectivo en la Universidad Panamá, Facultad de Arquitectura y Diseño. *Guía de Moda Versátil adecuada para la mujer Ejecutiva* consta de 38 páginas de conjuntos básicos para combinar entre si, bien detalladas de cómo debe lucir cada día una mujer sin llegar tarde a su trabajo.

La aplicación que se presenta en el tema es de fácil comprensión, además algunas mujeres ya han desarrollado la capacidad de crear combinar ciertos vestuarios. Sin embargo, no todas saben combinarse adecuadamente.

-La democratización de la cultura, obliga que ésta llegue a un gran número de mujeres profesionales en forma eficaz.



2. Marco Teórico

2.1. Importancia de la Guía de moda Programada para Mujeres Ejecutivas.

¿Qué es Diseño de Modas?

Es el crear vestimentas apropiadas en una época determinada para el uso de las personas.

¿Qué es Diseño de Modas Versátil?

Moda Versátil es aquella en la cual se crea una vestimenta fácilmente adaptable a diversas ocasiones según la necesidades del vestir de la mujer.

2.1.2. La Guía programada se identifica con las características de nuestra época destacándose las siguientes:

El estudio se realiza en el I Semestre del año lectivo en la Universidad Panamá, Facultad de Arquitectura y Diseño. *La Guía Práctica de Moda para la mujer* consta de 25 paginas de conjuntos básicos para combinar entre si, bien detalladas de cómo debe lucir cada día una mujer sin llegar tarde a su trabajo.

La aplicación que se presenta en el tema es de fácil comprensión, además algunas mujeres ya han desarrollado la capacidad de crear combinar ciertos vestuarios. Sin embargo, no todas saben combinarse adecuadamente.

-La democratización de la cultura, obliga que ésta llegue a un gran número de mujeres profesionales en forma eficaz.

2.1.3. La creciente complejidad de avances tecnológicos, científicos y académicos:

Exige que las profesionales se vistan de acuerdo a las exigencias que desempeña en su campo laboral. A estos factores arriba mencionados cabe señalar que la guía de vestidos para ejecutivas es el método que le permite a la mujer profesional atender su personalidad ante su profesión.

La guía programada en diseño de moda para mujeres ejecutivas en Panamá presenta una estructura de acuerdo con los objetivos, respuestas y soluciones que se quiere lograr, dando como resultado una guía de ayuda a las profesionales.

El valor real de una información, además de que ayudara a comprender mejor las cosas, se produce cuando se combina con otras informaciones para formar nuevas ideas; ideas que resuelven problemas, que ayudan a las personas, que ahorren, más baratas y más útiles, ideas que iluminan, dan fuerza, que inspiran, enriquecen y estimulan. "Nunca ha habido una época en la historia en que las ideas hayan sido tan necesarias y tan valiosas."(James Webb Young, 1951)

2.1.4. Las fuentes de información para la investigación de la Guía de Moda para Ejecutivas en Panamá

fuero:

- Libros de moda
- Revistas
- Enciclopedias
- Impresos
- Direcciones de Internet
- Observaciones
- Encuestas
- Entrevistas
- Ideas propias

."(James Webb Young, 1951)

2.1.5. Moda y Personalidad

Vivimos en una sociedad de imagen. No sólo la tecnología multimedia invade nuestro modo de vida sino que el culto al propio aspecto, como uno de los signos sensibles de la calidad de vida se impone a pasos agigantados. Los medios de comunicación, especialmente la televisión a través de la publicidad se encargan de recordárnoslo.

En estos últimos años, la moda ha dejado de ser una tendencia uniforme y universal para abrirse paso a las necesidades concretas y particulares de los seres humanos. Aún así existen pautas, consignas, claves, en la fabricación a nivel nacional de prendas.

La tarea de mantener el vestuario a punto, no es difícil ni tan caro; basta observar lo que se lleva y a la vez observarse uno mismo. Los grandes creadores recomiendan tener siempre un buen "fondo de armario": prendas básicas, de calidad que no pasan de moda, línea sobria y elegante que admitan combinaciones con otras más modernas. A la vez conviene conocer el patronaje que realza la figura, las prendas y colores que favorecen se acierta la comodidad será mejor reflejado y a la vez, se vera la personalidad verdadera.

Por otra parte, descubrir los complementos: bolsos, zapatos, bisutería y pañuelos adecuados para cada momento, proporcionarán un toque personal y moderno, reflejando a la vez el buen gusto de la persona que sabe estar a la moda sin rendirse ante ella.

2.1.6. Moda en la Oficina

La vestimenta refuerza o debilita la imagen de la mujer de negocios.

La moda puede parecer una manifestación de vanidad. No obstante, está refleja la cultura, los vaivenes socioeconómicos y los estilos de vida de las sociedades. La vestimenta se ha convertido en un factor crucial para cualquier ejecutiva, pues ella refuerza(o debilita) su presencia física.

A lo largo del tiempo la moda para ejecutivas ha experimentado pocos cambios, debido sobre todo al conservadurismo tanto de los diseñadores como las propias ejecutivas. Esto se ha visto especialmente en nuestro país,

aunque por cierto la importancia del elemento visual se ha incrementado.

2.1.7. Profesionalismo

"Una persona elegante transmite seguridad y profesionalismo. Brinda la sensación de estar frente a un profesional que hace las cosas bien", (Carola ,2004, p.2.)

Las ejecutivas son personas que representan a una empresa y por lo tanto, a través de su imagen, consolidan la imagen de su compañía. "Su apariencia nos brinda el primer indicio de la firma con la que estamos tratando", (Carlos Del Solar, 2004, p.2.)

Todo indica que las mujeres de negocios así lo han comprendido, lo que se refleja en la importancia que ahora otorgan a su apariencia

2.1.8. Muy conservadores

Basta mirar a los ejecutivos cuando ingresan a su centro de trabajo por las mañanas para confirmar que están interesados por vestir bien.

"Es muy difícil que en nuestro medio las preferencias de los ejecutivos vayan hacia colores un poco más audaces, pero en el resto del mundo si se ven atuendos agresivos diferentes de los eternos clásicos, de colores azul marino o negro". (Carlos Del Solar, 2004 p.1 y 2)

Las tendencias en los cortes, en los conjuntos, varían entre lo estrecho y lo holgado. Sucede lo mismo con los conjuntos de dos piezas que llevan de dos, tres o cuatro botones, pero se vende más aquellos de tres botones.

Los colores varían de acuerdo a la temporada. Normalmente, en verano se usan tonos claros y vivos,

(Carola ,2004, p.2.)

(Carlos Del Solar, 2004 p.2)

(Carlos Del Solar, 2004 p.1 y 2)

característica que se ve reflejado en nuestro país. Pero en invierno los colores son tonos oscuros, semi oscuros y sobrios. La tendencia ahora es evitar las solapas de los bolsillos, para que sólo se vean las líneas o los cortes.

La mujer siempre ha estado acostumbrada a trabajar el tema de su vestuario, como resultado natural de su actitud cuando niña. Entonces para ella ha sido fácil asumir el cambio, ya que está en condiciones de definir mejor, cuáles son las prendas que debe usar para verse mas formal. Las opciones que encuentra son muy variadas, sobre todo tenemos en cuenta que el diseño de modas en Panamá esta dirigido casi en un 80% hacia la mujer. Las alternativas para las ejecutivas, en lo que se refiere a vestido sastres formales (tanto verano como en invierno), son muy variadas.

“Los accesorios como las joyas de plata (dijes, pulseras y anillos) o elementos llamativos de piedras preciosas y semi-preciosas son los que están complementando el vestuario formal de la ejecutiva actual. La ejecutiva seria, rigurosa está dando paso a una figura más versátil y ágil, sin dejar de ser una persona que irradia respeto y seriedad”.

(Carola, 2004, p.2.)

La aplicación de accesorios otorga un toque fresco y personalizado, pues el tipo de joya que se use va a definir la personalidad: artística, casual, conservadora o tradicional. El calzado y las carteras también van a determinar el look según el color del vestido, en la variedad del peinado y el tono de la piel de nuestra etnia.

En el tema de la prenda ejecutiva para damas, casi siempre los colores se orientan hacia lo clásico. Siempre van a estar de moda las líneas blancas, principalmente en el verano. Luego están los colores cálidos y naturales, como los cremas (o el beige), los perlas, los tonos pasteles en sus distintas variedades, y las gamas suaves como el lila, rosa o palo rosa, citamos también los cítricos, los colores azules grisáceos, los tonos chocolates y el negro.

(Carola, 2004, p.2.)

2.2. Confiabilidad y Validez de la prueba

De acuerdo con los datos estadísticos que arroja la encuesta sobre la *Guía Práctica de Diseño de Moda para Ejecutivas*, la prueba tiene un alto grado de aceptación entre las profesionales.

2.3. Procesamientos de Datos:

Una vez obtenida la información procedí a la tabulación de la misma. El procedimiento utilizado fue manual y las respuestas se correlacionaron una a otras.

2.3.1 Proceso de Resultados de Diseño

-Selección del medio más apropiado a la especialidad del diseño para la *Guía de moda*.

-Tanto el catálogo como el prospecto a diseñar son los medios de publicidad directa. En las ilustraciones del catálogo serán muy utilizadas las Plantillas del cuerpo humano, fotografías y dibujos realizados con una concepción original, para lograr mayor destaque con la ventaja que pueda imprimirse en papel de calidad.

-Las técnicas más utilizadas en la ilustración de la guía de moda como primera etapa de su desarrollo.

a. El Preboceto para la Guía de Moda:

Es la diagramación en cada medio elegido se encuentra un área o espacio, en dicha área es donde aplicaremos una serie de elementos como son las ilustraciones, títulos, subtítulos, tipografía etc.

Para designar el tramado o ubicación de las ilustraciones de las páginas de la Guía utilizaremos formas geométricas, sencillas y un rayado continuo. Esto facilitará una mejor representación de las ideas que deseamos presentar en la composición, prueba de tipografía, prueba de color de la *Guía de Moda para mujeres Ejecutivas*.

b. Boceto Preliminares:

En este punto utilizaremos las mejores ideas que hayamos obtenido en nuestro proceso de pruebas y enfoques para nuestra propuesta gráfica de la *Guía de Moda*. Antes de incorporar los elementos en nuestro trabajo debemos organizarnos por medio de un domi, el cual confeccionaremos.

c. Boceto Final:

Después de los resultados que obtengamos de todo el proceso que anteriormente hemos realizado para la *Guía de Moda*, haremos los cambios pertinentes, necesarios y luego confeccionaremos un boceto más limpio para presentarlo, sin destruir lo que hemos hecho, pues todo simboliza el proceso de diseño de nuestra Guía de Moda.

d-Para llevar a cabo la Ilustración de La Guía de Moda se requiere:

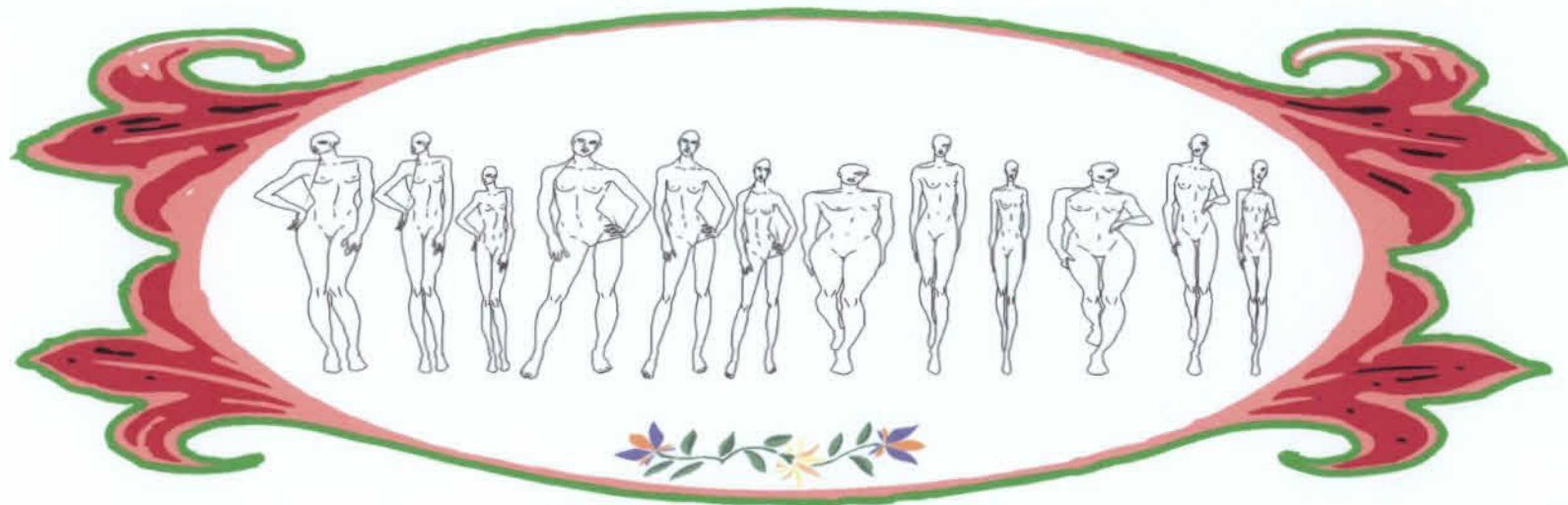
Que estén bien dibujadas las figuras y que además, las poses se graciosas y variadas del tal modo que pueda distinguirse cualidades de la tela y forma del vestido se observen.

En la presentación de la *Guía de moda* las siluetas deben ser de alta estatura, baja estatura, de contexturas llenitas y de contexturas delgadas.

Para los dibujos de la *Guía de moda* se utilizaran fondos que rodeen el vestido del ambiente adecuado.

e-Formato y Diseño de *La Guía de Moda para Mujeres Ejecutivas*, tendrá un:

- Formato: 8.5 X 11 pulgadas
- Full color
- Papel satinado de 20 para la Portada y 18 libras para las páginas internas.
- Portada y Contraportada a Full color.
- La Figura Humana (Plantillas de siluetas altas, siluetas bajas, siluetas de contexturas llenitas y siluetas delgadas.)



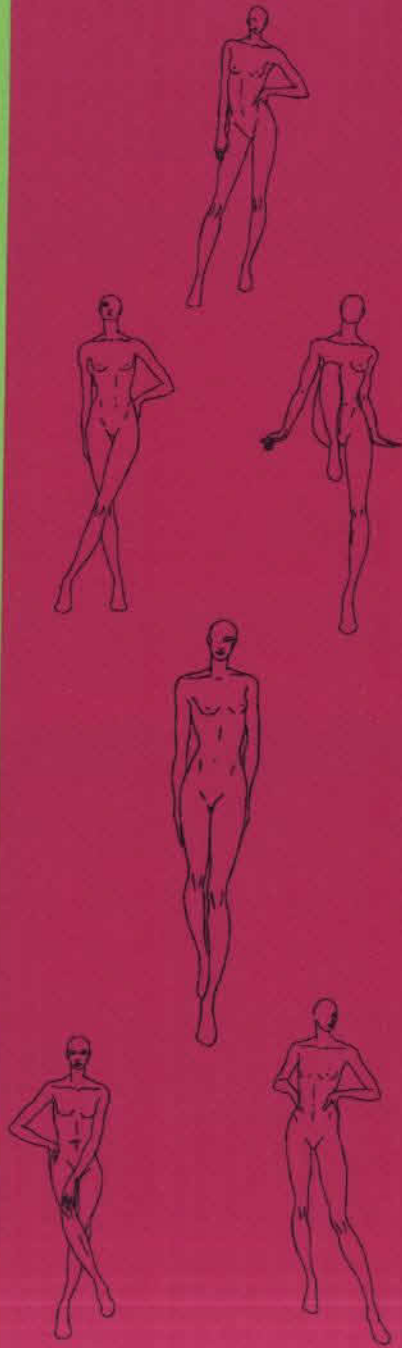
Plantillas de la Figura Humana

2.3.2. Definición de variables

Tenemos dos tipos de variables:

- La variable dependiente esta representada por la opinión de la mujer obtenida a través de la encuesta.
- La variable independiente, sería la necesidad que tienen las mujeres ejecutivas de una *Guía de Moda* para organizar su vestuario diario de vestir.

Metodología





Metodología

3.1. Área Geográfica

Se aplicó una encuesta de la *Guía de moda para ejecutivas* a mujeres que trabajan en:

-Ejecutivas de Ricardo Pérez ubicada en la Vía Ricardo J. Alfaro, Corregimiento Betania, Distrito de Panamá.

-Educadoras de la Universidad Santa María La Antigua, en la Escuela de Arquitectura y Diseño de la Facultad de Ciencias Naturales y Tecnología, ubicada en la Vía Ricardo J. Alfaro, Corregimiento Betania, Distrito de Panamá.

Las encuestas se impartían en un horario diurno de 9:45 a.m. a 4:30 p.m.

Encuestar y consultar una empresa y donde no hay variación entre las mujeres ejecutivas, las independientes y mujeres del ramo de la educación y otras.

3.2. Población

Está dirigido al público femenino mayor de 18 años a 60 años que trabajan en instituciones privadas, públicas e independientes.

A una población de 40 mujeres que representan un 20% que trabajan en una empresa privada e independiente y otras trabajan en Instituciones de la rama de la educación.

3.2.1. Muestra

Se consideró un grupo de 40 mujeres que trabajan en oficinas privadas como profesionales e independientes y de rama de la educación. Es decir, se consideró toda la población como muestra.

3.3. Instrumentación de recolección de Datos

Para el desarrollo de este trabajo se empleo una Encuesta aplicada a las mujeres Ejecutivas en su oficina y mujeres de la educación. Estas mujeres profesionales laboran en un horario de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. y sus edades oscilan entre 19 y 60 años de edad.

Se utilizo la hora de almuerzo para aplicar este cuestionario y fue seleccionada al azar.

La misma contaba al finalizar con cada respuesta de la encuesta que cada profesional corroborara su desempeño y el interés por la *Guía de Diseño de Moda para mujeres Ejecutivas*.

3.3.1. La Encuesta

Como parte de este trabajo apliqué un cuestionario para obtener los datos en opinión del personal afectado siendo ellas mujeres que elaboran en un nivel profesional tanto en una empresa como en una universidad, todas están ubicadas en el corregimiento de Betania y el punto en común es *La Guía Moda Versátil Adecuado para la Mujer Ejecutiva*.

Se aplicó en el mismo cuestionario a las diferentes profesionales con un total de 23 preguntas cerradas. El cuestionario fue aplicado a las diferentes mujeres el 7 de marzo al 10 de marzo del mismo año.

3.3.2. Procesamientos de Datos:

Una vez obtenida la información procedí a la tabulación de la misma. El procedimiento utilizado fue manual y las respuestas se correlacionaron una a otras.

3.3.3. Resultados de la Encuesta

Datos personales

1-Edad	cantidad	Mujeres	%
19 a 25 años =	4	mujeres	10
26 a 30 " =	17	"	42.5
31 a 40 " =	7	"	17.5

41 a 50	"	=	7	"	17.5
51 a 60	"	=	5	"	12.5

- De un total de 40 mujeres entrevistamos el 10% de ellas sus edades estaban entre los 19 años a 25 años de edad.
- El 42.5 % de las mujeres sus edades estaban entre los 26 a 30 años de edad.
- El 17.5 % corresponderán entre los 31 a 40 años de edad.
- El 17.5 % correspondería a mujeres entre 41 a 50 años de edad.
- El 12.5 % corresponde a mujeres de 51 a 60 años de edad.

2- Educación:

- Las mujeres entrevistadas poseen educación superior correspondiendo a un 57.5% en el título Licenciatura; 22.5%, con título de Postgrado y un 20% con título de Maestría.

3- Ocupación:

- De las encuestadas 15 mujeres desempeñaban su labor como ejecutivas de ventas que corresponde a un 37.5% de las mujeres encuestada; de igual forma otros 37.5% desempeñaban labores como secretarias ejecutivas (15 mujeres); otras 25% como docentes universitarias o sea 10 mujeres.

4- Estado Civil:

- De 40 mujeres el 20%(8 mujeres) mantienen un estado civil soltero y el 80% (32 mujeres) son casadas.

5- ¿Cuántos miembros tiene su familia?

- El 30% de las mujeres tienen 2 hijos.
- El 20% de las mujeres tienen 3 hijos.
- El 30% de las mujeres tienen 1 hijo.
- El 20% de las mujeres tienen 4 hijos.
- No había mujeres sin hijos.

6-¿Quiénes forman su familia?

- El 25% de ellas viven con sus padres.
- El 55% viven en su hogar completo (esposo e hijos).
- El 20% además de su esposo e hijos también viven con los abuelos.
- Ninguna vivía sola.

7- Nivel de ingresos

- De B/.250.00 a B/.300.00 ganan 4 de ellas el 10%.
- De B/.301.00 a B/.500.00 ganan 12 de ellas el 30%.
- De B/.501.00 a B/.1,000.00 ganan 20 de ellas el 50%.
- De B/.1001.00 en adelante ganan 4 de ellas ganan este salario que corresponde al 10% de las encuestadas.

8- ¿Cuál es el modo de transporte?

- Bus:** 4 de ellas usan transporte colectivo.10%.
- Taxi:** 16 de ellas que corresponde a un 40%.
- Automóvil:** 20 de ellas tienen su propio automóvil que corresponde a un 50% de las encuestadas.

9-¿En que tipo de vivienda reside?

- La mayoría de las encuestadas residen casas propias, esto representa a un 65% y el otro 35% vive en casa rentada.

10-¿Con que frecuencia esta usted comprando vestidos de oficina?

- La mayoría de estas 40 mujeres compran su ropa mensualmente (32 mujeres) esto equivale a un 80% y las 8 restantes que equivale a un 20% lo hacen quincenalmente.

11-Indique la importancia que significa para usted vestirse:

- Elegantemente
- Combinablemente
- Sencillamente
- Una combinación de ambos

- El 25% de 10 mujeres respondieron que es esencialmente para ellas vestirse elegantemente.
- El 30% de 12 mujeres ellas prefieren vestirse combinadamente.
- A diferencia de 9 mujeres o sea 22.5% prefieren vestirse sencillamente.
- El 22.5% o sea 9 mujeres prefieren tomar en cuenta todos los aspectos mencionados.

12-¿Compara usted los precios de acuerdo a las marcas y calidad?

- 30 mujeres comparan los precios de acuerdo a la marca y calidad o sea un 75%, mientras que 5 mujeres o sea 12.5% no lo hacen y el otro 12.5% a veces lo comparan (5 mujeres).

13-¿Los diseños que existen en el mercado le satisfacen?

- Al mayoría de estas mujeres no le satisfacen los modelos del mercado que equivale a un 62.5%, mientras que a 15 mujeres si le satisfacen lo que hay en el mercado actual o sea un 37.5%.

14-¿Ha utilizado usted alguna vez una Guía de Moda para su vestuario diario en su trabajo?

- El total de ellas no han utilizan una Guía de Moda para su vestuario en su trabajo.

15-¿Le gustaría a usted recibir una Guía de Moda?

- La mayoría de las mujeres encuestadas o sea 95% de ellas (38 mujeres), les gustaría recibir una Guía de Moda, mientras que la minoría o sea un 5% no le gustaría tener la Guía de Moda que equivale a 2 mujeres.

16-¿Piensa usted que esta Guía de Moda le ayudaría mucho con sus gustos y preferencias para seleccionar sus vestidos por su:

- Diseños
- Rápida ayuda en las combinaciones.
- Por comodidad
- La mayoría piensan que esta guía les ayudaría por sus diseños o sea un 47.5% (19 mujeres)
- Otras 16 mujeres o sea un 40% les gustaría esta guía de moda por su rápida ayuda en las rápidas combinaciones o sea 16 de las mujeres.
- Otras 5 mujeres o sea el 12.5% respondieron que les gustaría la Guía de Moda por comodidad.

17-¿Ve usted la Guía de Moda para Ejecutivas como una forma cómoda y eficaz para la solución de su problema?

-36 de las mujeres encuestadas ven la Guía de Moda como una forma cómoda y eficaz para la solución de su problema, esto representa un 90% de la población encuestada, mientras que la minoría o sea un 10% no le da gran importancia o sea 4 de ellas.

18-Usaría usted la Guía de Moda Ejecutiva como?:

-De las mujeres encuestadas 18 o sea un 45% lo ven como una solución a su problema de vestir, mientras que 12 de ellas o sea el 30% consideran la Guía como parte de su trabajo y el 25% o sea 10 de las mujeres la ven como una revista más.

19-¿El precio es un factor decisivo para elegir o comprar la Guía de Moda en un futuro?

-Un 92.5% de las mujeres encuestadas o sea un 37 de ellas consideran que el precio es un factor decisivo para obtener la Guía, mientras que 3 de ellas o sea un 7.5% no le interesa el precio.

20-¿Dónde le gustaría a usted recibir esta Guía de Moda por?:

-Suscripciones

-Correo

-Establecimientos

-18 de las mujeres encuestadas que equivale a un 45% prefieren recibir las por suscripciones, igual cantidades lo prefieren en los establecimientos comerciales, mientras que un 25% prefieren recibirla por correo o sea 10 de ellas.

21-¿Cuáles de las siguientes características considera importante debe tener una Guía de Moda?

-Que sea interesante

-Que tenga variedad de diseños, texturas y colores.

-Todas las mujeres encuestadas considera que la Guía de Moda debe ser interesante y que tenga variedad de diseños, texturas y colores o sea el 100% de ellas (40mujeres).

22-¿Estaría usted interesado en acceder a una pagina Web que brinde información sobre este producto?

- 97.5% de las mujeres encuestadas (39 de las mujeres) esta interesada en acceder a una pagina Web que brinde información sobre este producto y solo el 2.5% o sea 1 de ellas no le da interés a la pagina Web.

23-¿Qué medios de publicidad usted prefiere?

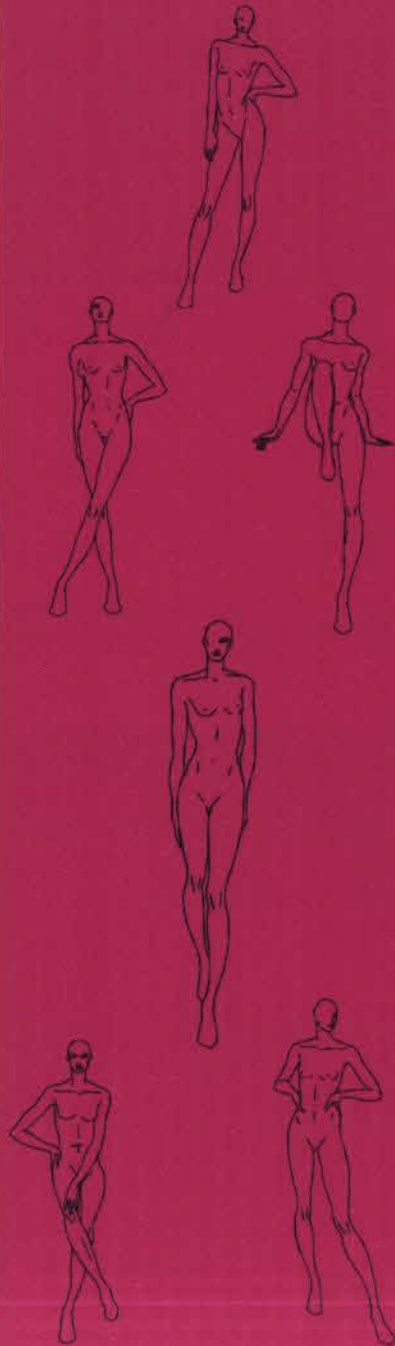
- TV
- Radio
- Prensa
- Todos

-El 7.5% o sea 3 mujeres escogieron como medio de publicidad la TV; 10 de ellas o sea un 25% escogieron la Prensa y su mayoría o sea 27 mujeres que representan un 67.5% prefieren todos los medios para la publicidad.

24-¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por la Guía de Moda?

- De B/.15.00 a B/.20.00
- De B/.20.00 a B/.25.00
- De B/.25.00 a B/.30.00
- De B/.30.00 o más

-De las mujeres encuestadas o sea un 90% coinciden en pagar de B/.15.00 dólares a B/.20.00 dólares por la Guía de Moda; mientras que 4 de las mujeres encuestadas o sea un 10% pagarían un precio un poco más alto que osciló entre los B/.20.00 a B/.25.00 Balboas.



Propuesta de Diseño



Propuesta del Diseño

4. En la realización del estudio sobre la *Guía de Moda Versátil para mujeres Ejecutivas* llegamos a la conclusión que sería esta una herramienta de gran utilidad para las profesionales y posibles soluciones que sería de mucha ayuda en su vestimenta diaria para su profesión.

¿Qué ofreceremos a las profesionales?

Una Guía de Moda diferente, que no sea solo diseños sino que le ayude en su rápida combinación de piezas para el día siguiente de su trabajo sin perder mucho tiempo al seleccionar las piezas de su agrado.

4.1. Contenido de la Propuesta

Nuestro proyecto está dirigido a esas mujeres que trabajan en diferentes profesiones ya sea privadas, gubernamentales, Instituciones e independientes, profesionales de todo el país, pero más en la capital por ser la urbe de mayor población de estas profesionales.

De acuerdo a todo lo investigado se ha creado nuestra propuesta creativa de la siguiente manera:

Una vez armado todo el concepto y elaboración de los diseños de la propuesta, hay que proceder a colocar la *Guía de Moda* en diferentes puntos del país, conjuntamente con el lanzamiento de los medios de la campaña estratégica y a un precio accesible. Para lograrlo se utilizara la participación de las librerías, supermercados y almacenes. Con una estrategia publicitaria creativa que involucre volantes, afiches y periódicos.

Es importante la publicidad ya que esta jugará un papel importante en el mercado, para dar a conocer el producto y darle a conocer a la población femenina de la existencia de *La Guía de Moda para Mujeres Ejecutivas* como herramienta valiosa en su diario vestir.

Con esta buena estrategia de mercadeo y teniendo en cuenta las características de la campaña se logrará el éxito del producto en su divulgación y colocación.

4.2. Diseños

Para ser realidad nuestra *Guía de Moda para Mujeres Ejecutivas* nuestra propuesta se basa siguiendo los objetivos trazados en la elaboración del proyecto presentando una breve explicación sobre el uso de los vestidos y su posible combinaciones conjuntamente con los accesorios como lo son carteras, zapatos y joyería, guardando una relación entre ellos ya sea texturas color y formas.

Para lograr un buen diseño en cada página de nuestra Guía de Moda. Se uso los programas de Adobe Illustrator CS2, Microsoft Word Document, Corel Draw II y Adobe Photoshop 7.0. También se tomo en cuenta el tamaño de las letras entre ellas se uso castella, acanthusSSk, arial, scripbSSK, time new roman. Diseñamos elementos de las vestimentas de nuestra etnia, diseños muy actuales, plantillas de la figura humana o maniquíes en formas graciosas para lograr buen diseño en cada página de nuestra *Guía de Moda*. Todos estos elementos forman parte de nuestra propuesta principal.



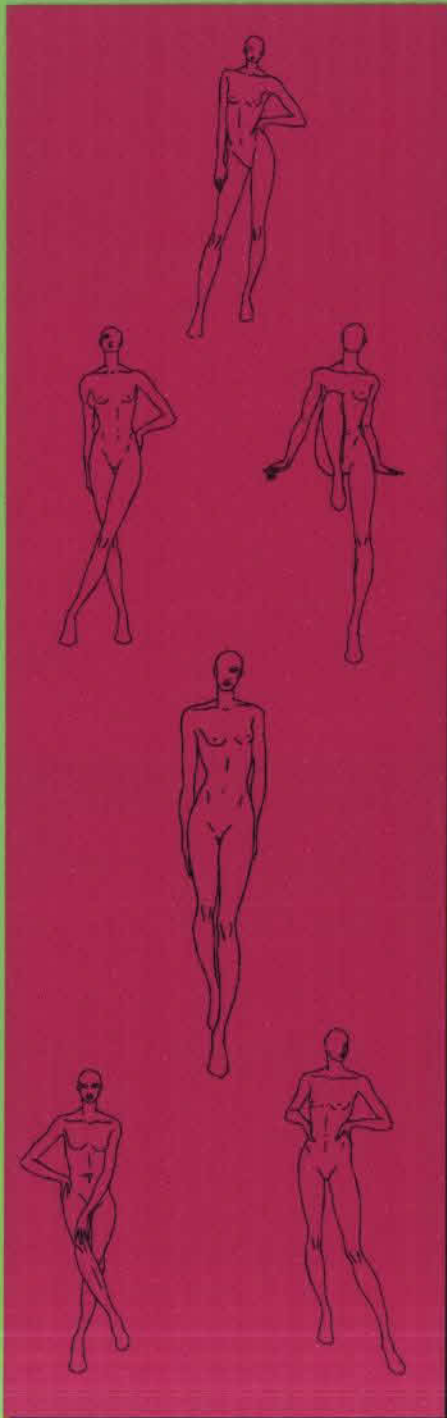
Capítulo 5'



Marco Económico

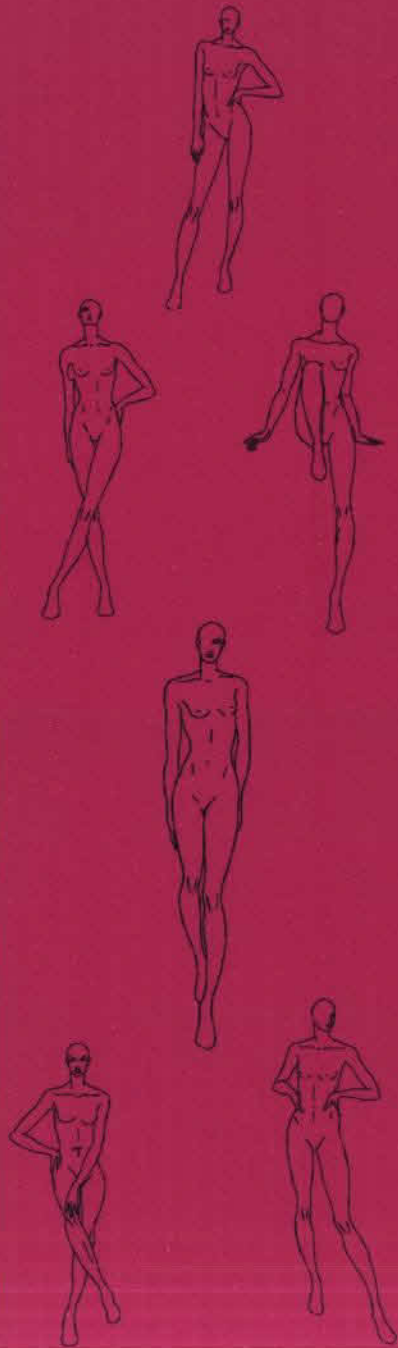
A. Costos del diseño de La Guía de Moda para Mujeres Ejecutivas.

-Diseño de la Portada y Contraportada.....	B/.150.00
-Diseño de 38 páginas.....	350.00
-Tinta de Colores y blanco y negro.....	74.85
-CD-R Dos.....	1.30
-Papelería.....	3.50
-Separación de Colores a B/.2.18 por unidad.....	1,090.00
-Tiraje de la Guía de Moda de mil ejemplares.....	B/. 6,500.00
-Electricidad.....	20.00
-Gasolina.....	10.00
-Luz.....	20.00
Total de Gastos por 1,000 unidades.....	<hr/> B/.8,219.65



Marco Económico

Total de Gastos por Unidad.....	8.21
Valor por unidad de venta al publico	15.00
Ganancia por unidad.....	6.79
Venta Bruta.....	15,000.00
Ganancia Total.....	B/6,780.35



Propuesta de Diseño

ANUARIO
DE
MODA
2006

MODA

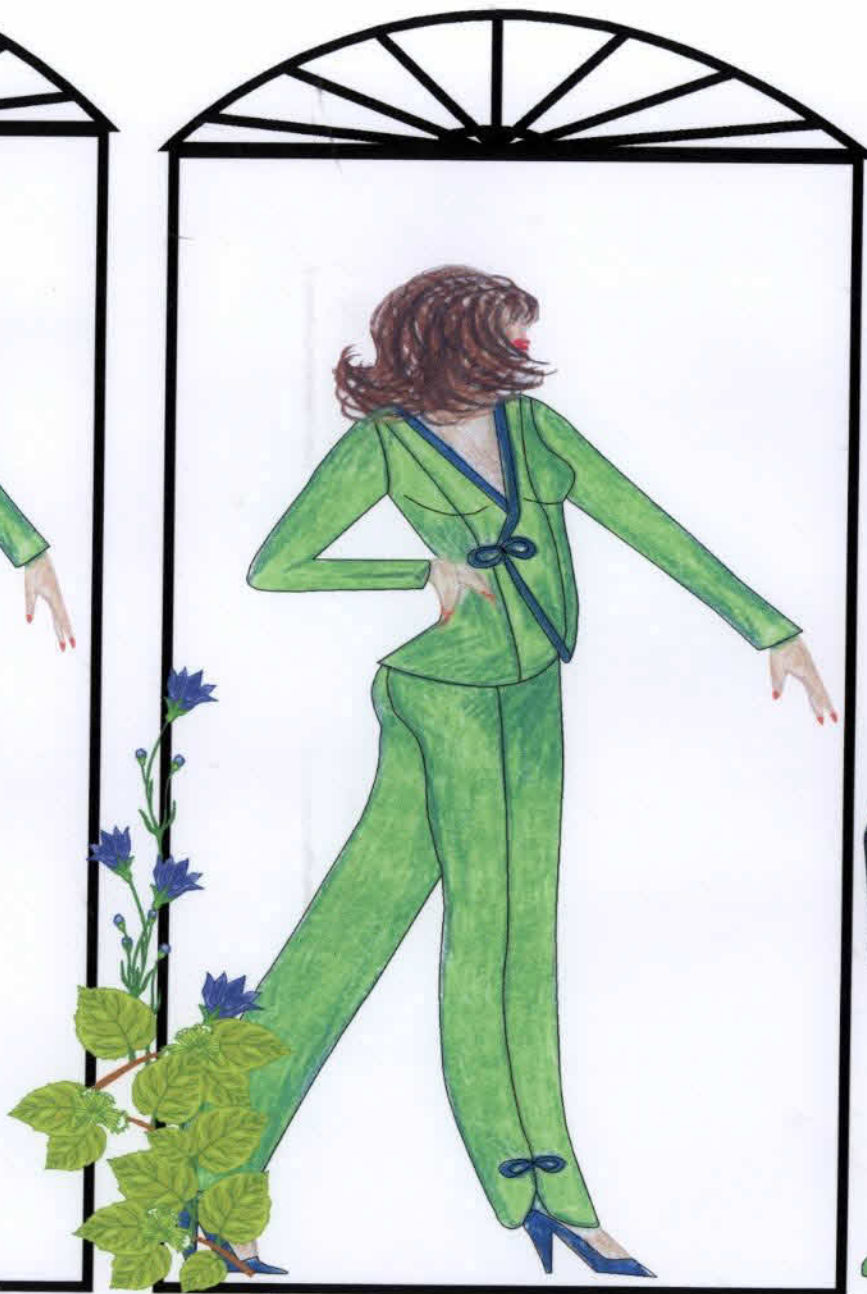


2006

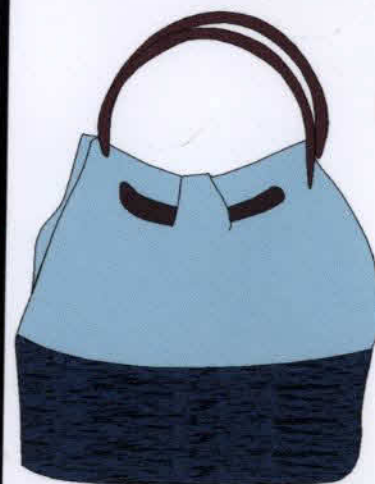
Ejecutiva

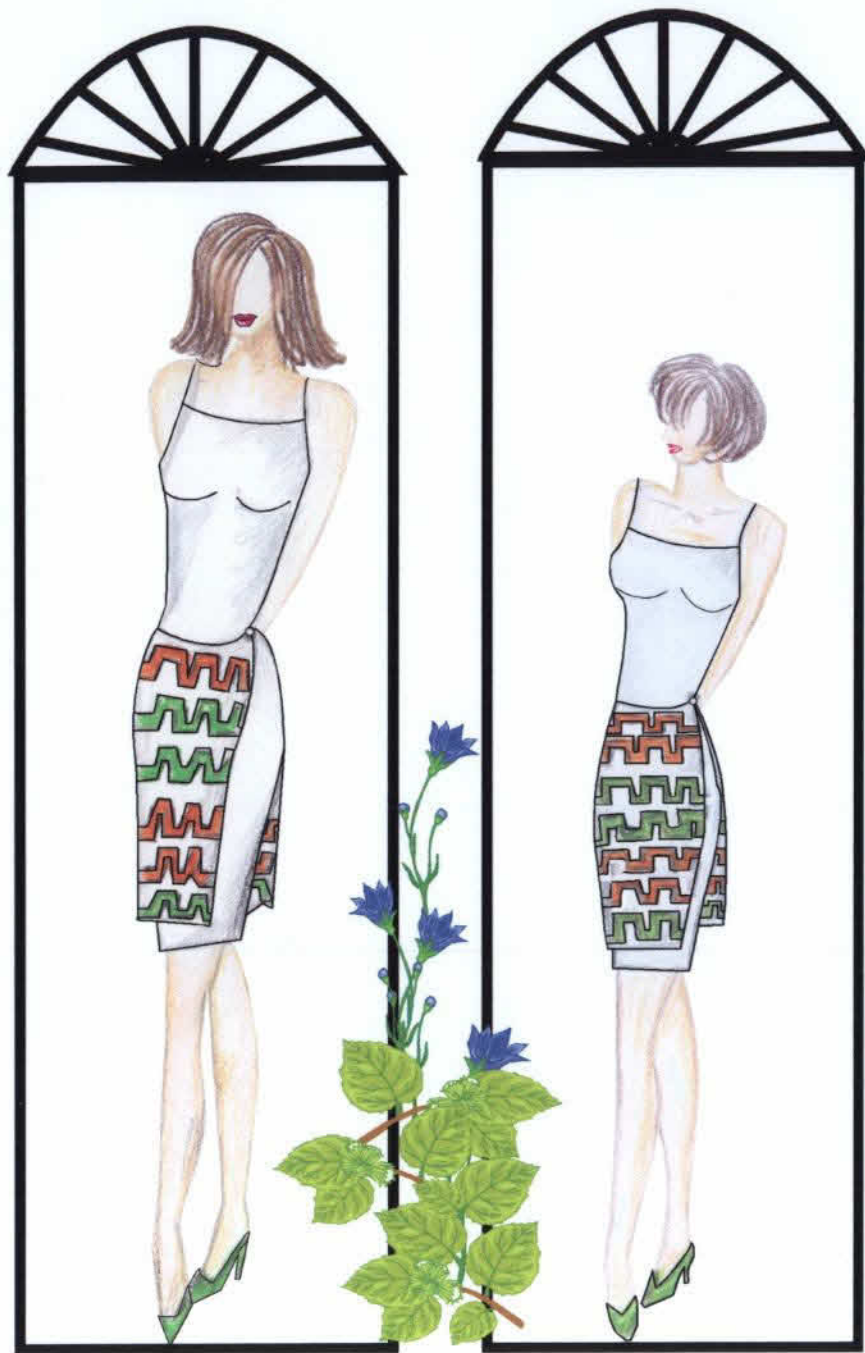


Mujer alta y esbelta



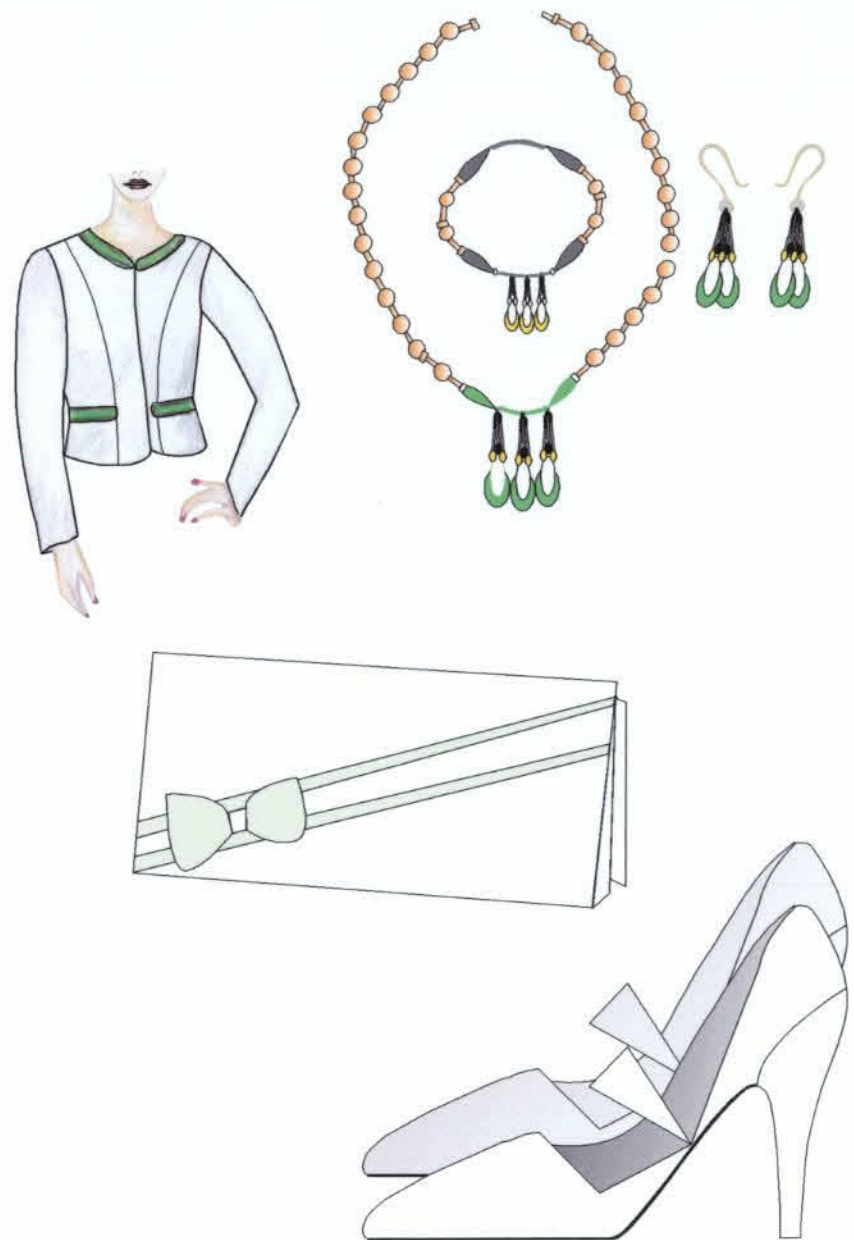
Mujer baja y rrellenita





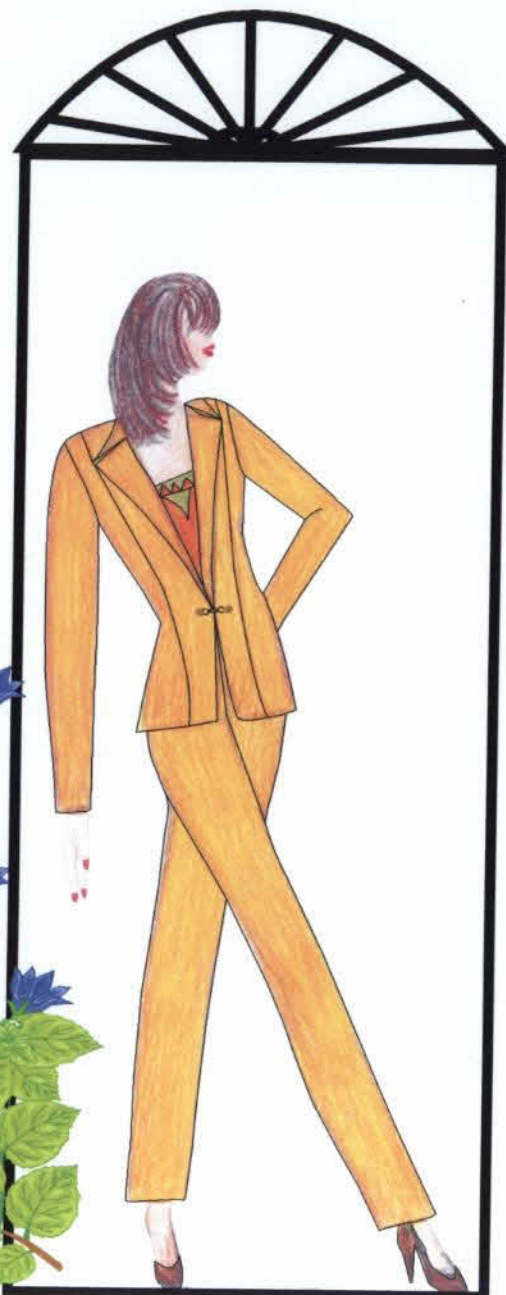
Mujer alta y esbelta

Mujer baja y delgada





Mujer alta y esbelta



Mujer baja y delgada



2 OPCIONES





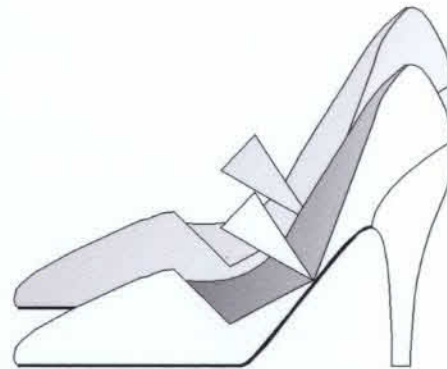
Mujer alta y esbelta



Mujer baja y delgada

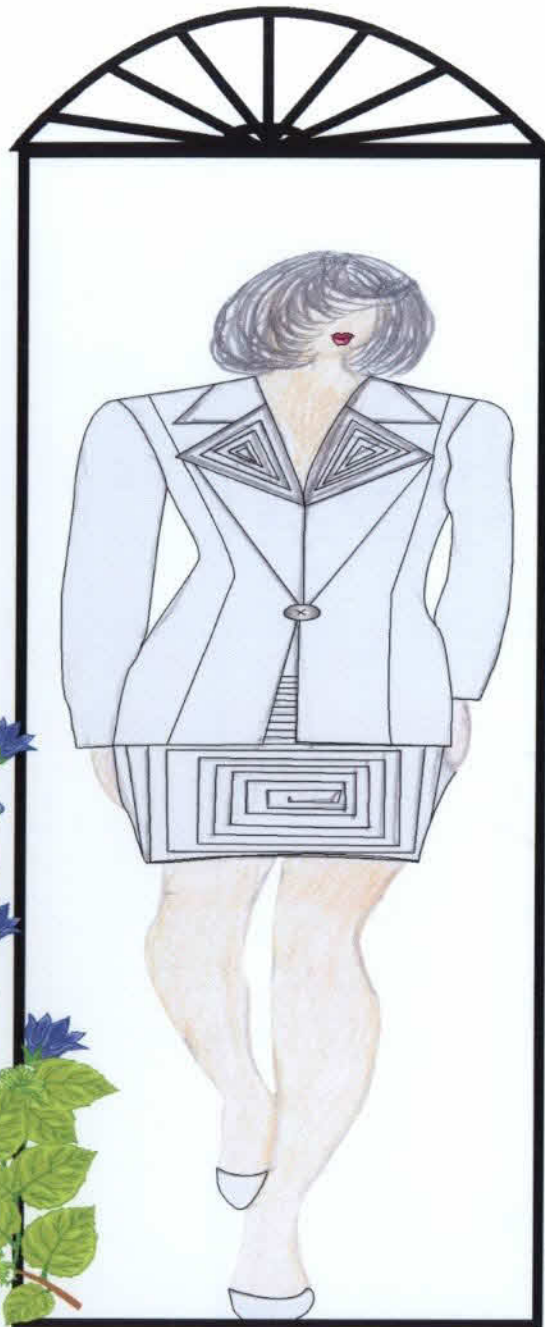


2 OPCIONES

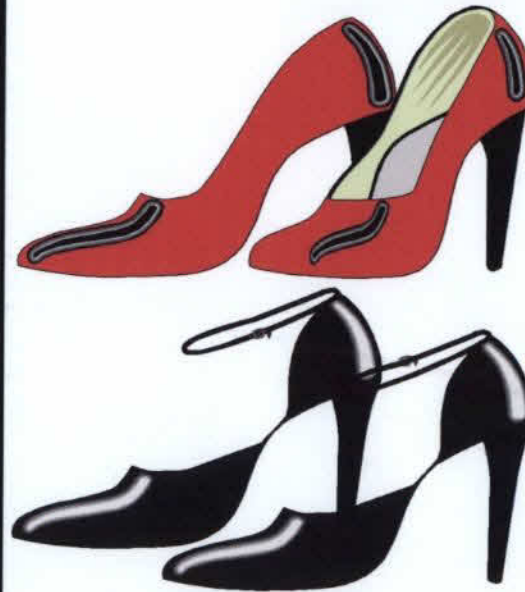




Mujer Alta y esbelta



Mujer rellenita y baja





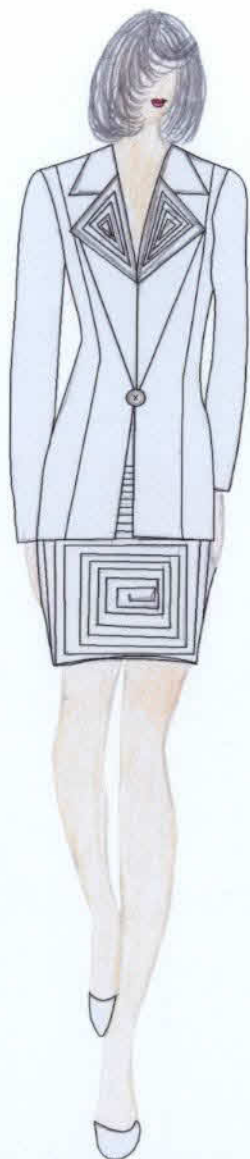
Mujer alta y esbelta



Mujer baja y delgada



3 OPCIONES



2 OPCIONES



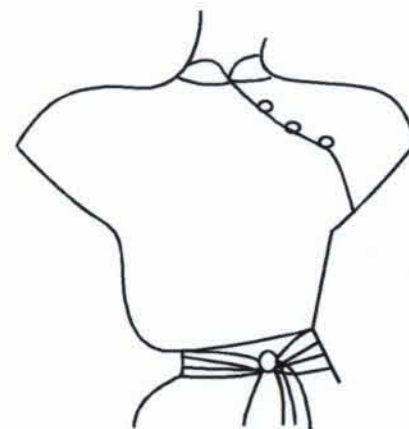


Mujer alta y esbelta

Mujer baja y rrellenita



2 OPCIONES





Mujer Alta y esbelta



Mujer delgada y baja



2 OPCIONES

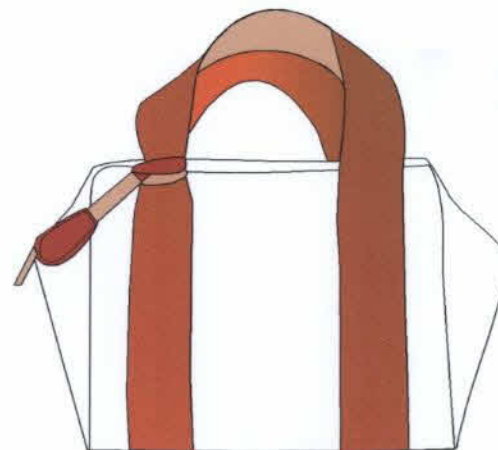




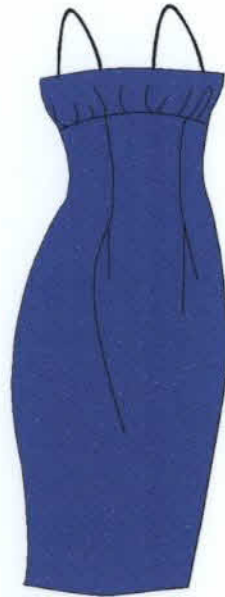
Mujer Alta y esbelta



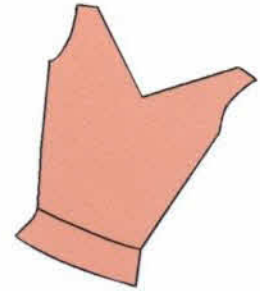
Mujer rellenita y baja

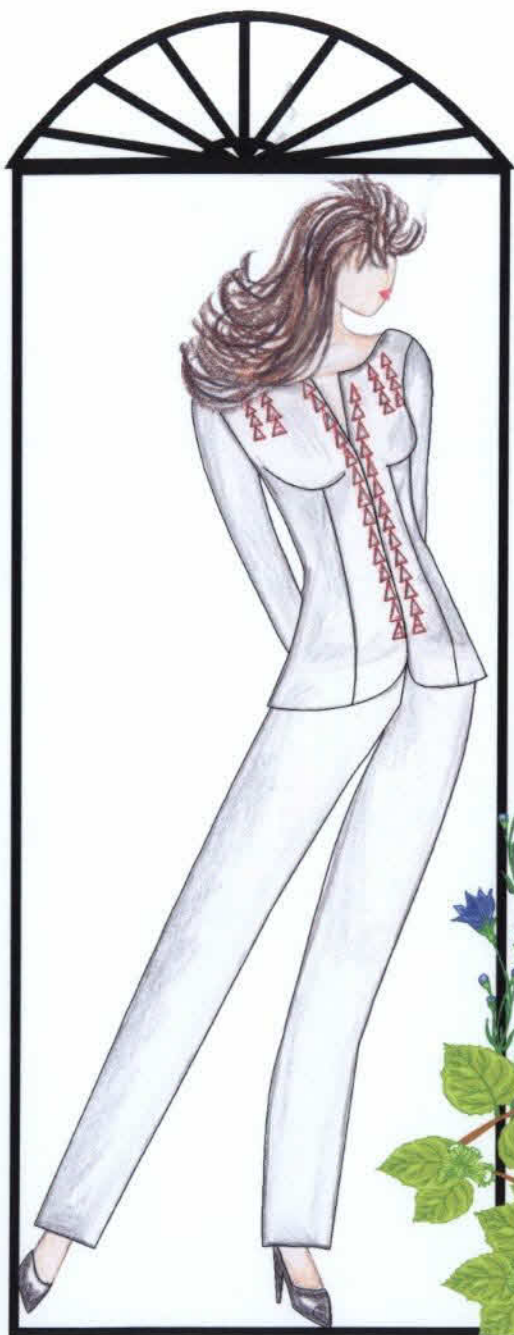


2 OPCIONES

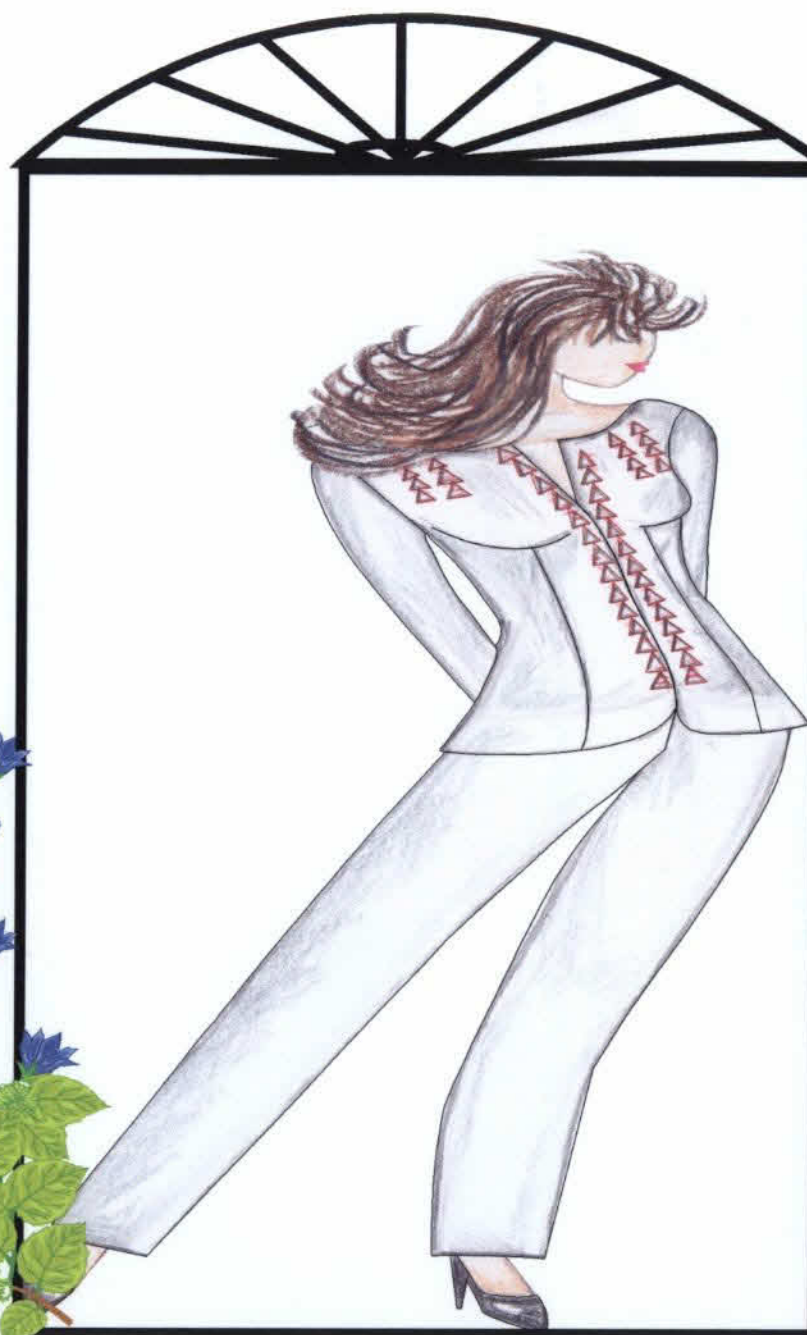


3 OPCIONES





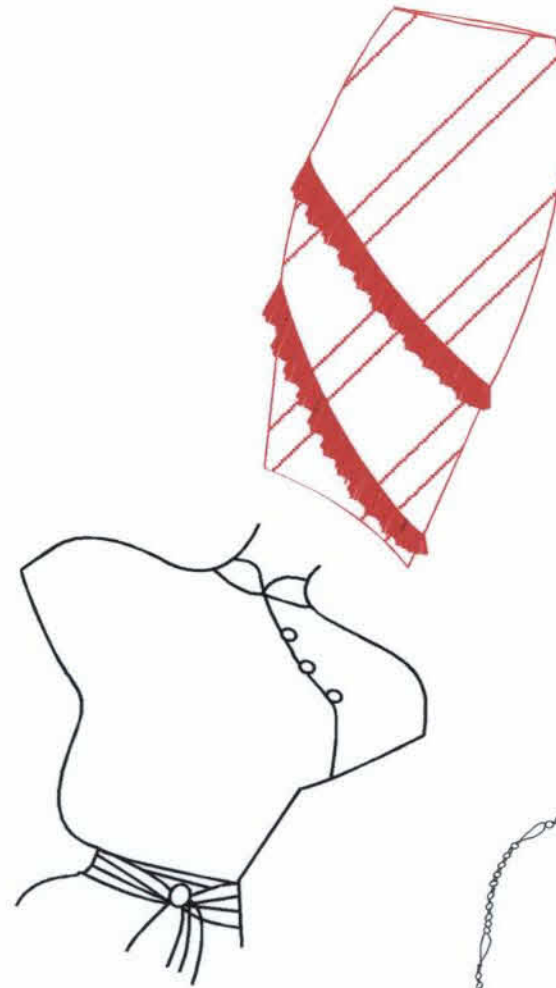
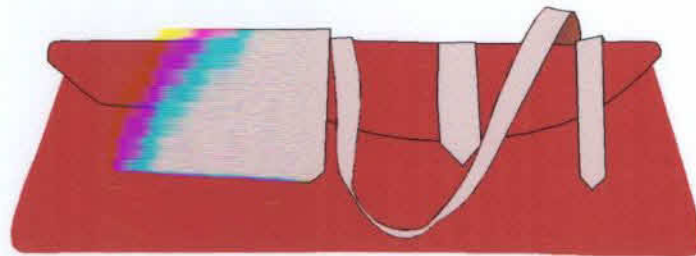
Mujer Alta y esbelta



Mujer rellenita y baja



2 OPCIONES

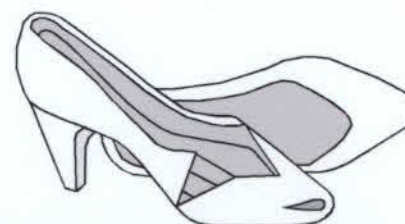
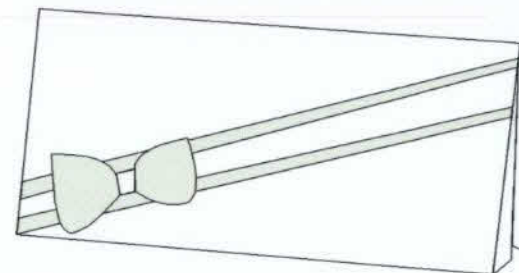
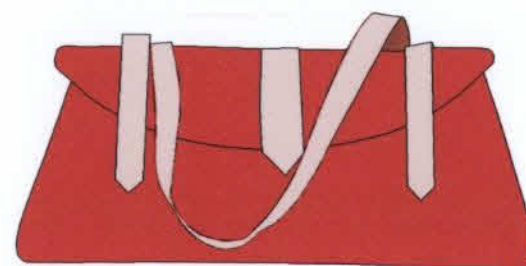




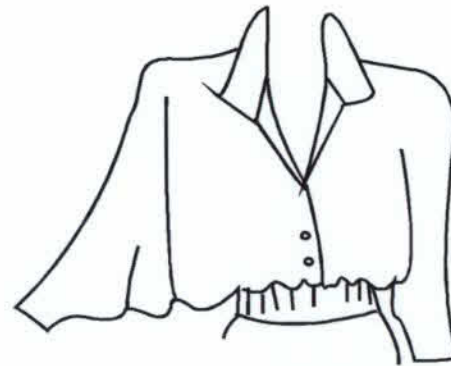
Mujer alta y esbelta



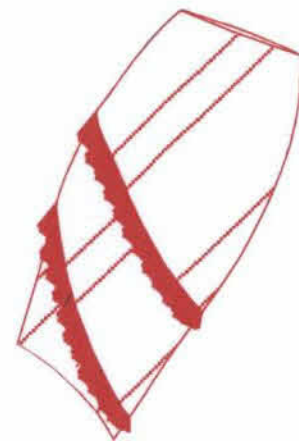
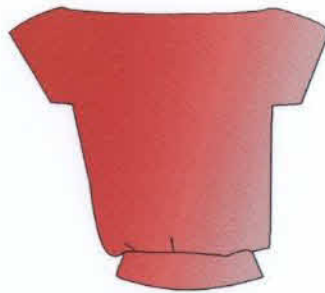
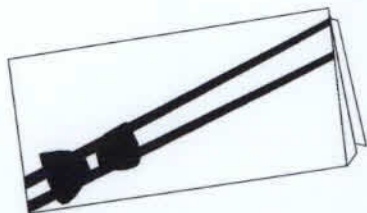
Mujer baja y delgada



2 OPCIONES



2 OPCIONES

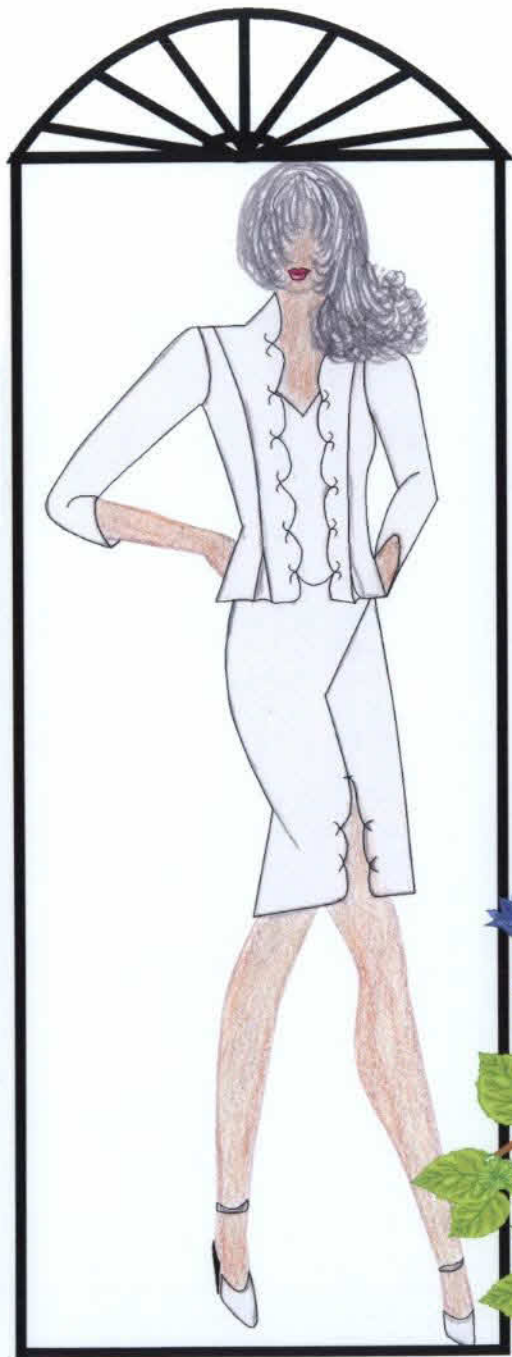




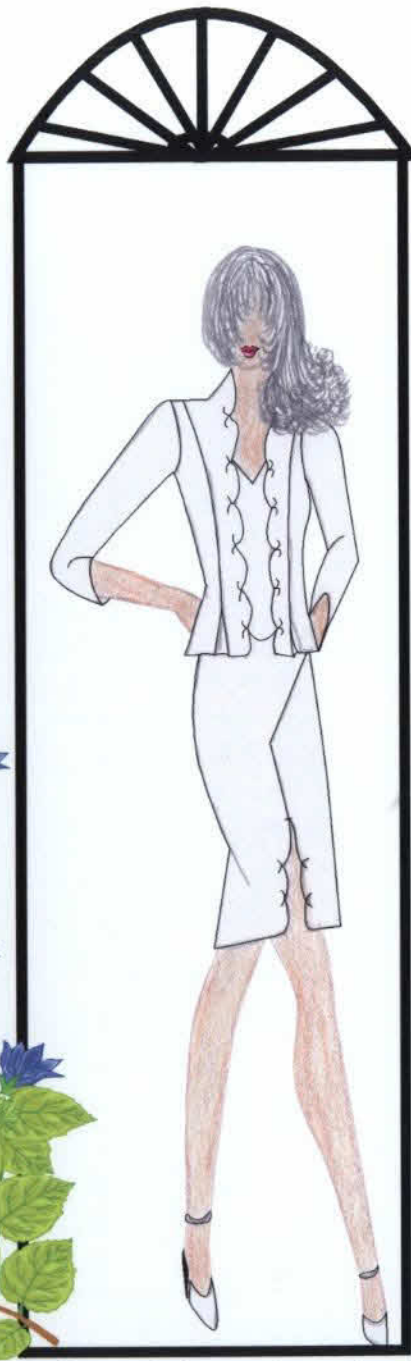
Mujer Alta y esbelta

Mujer rellenita y baja

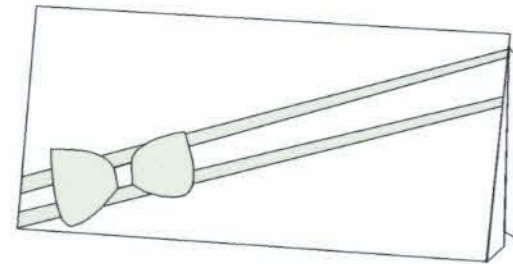




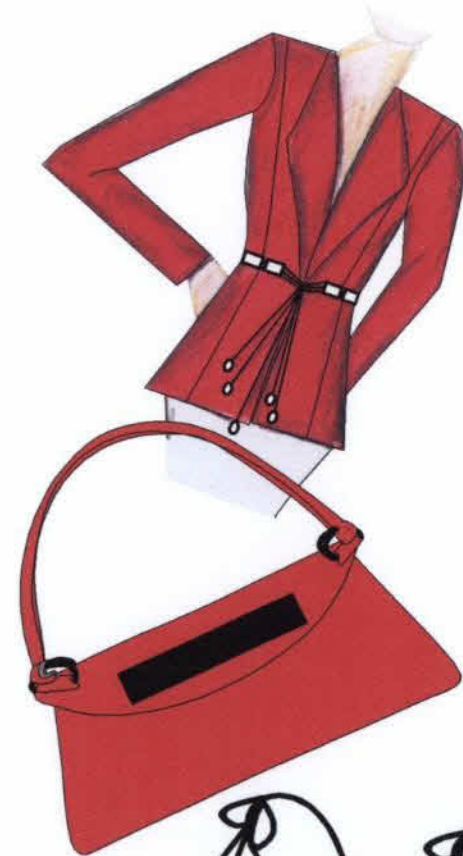
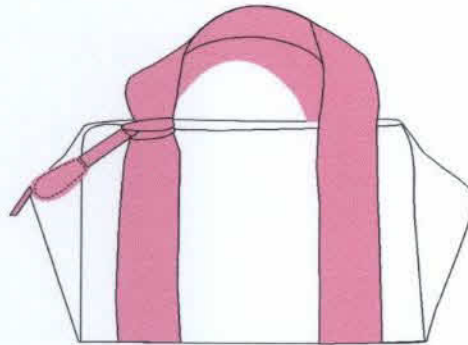
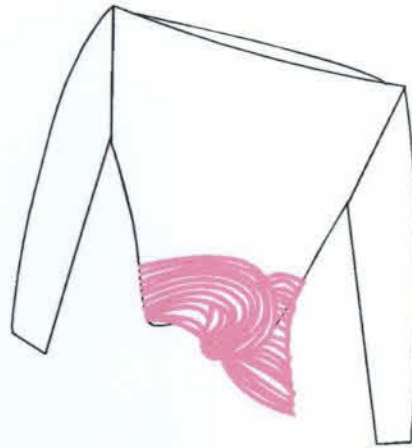
Mujer Alta y esbelta

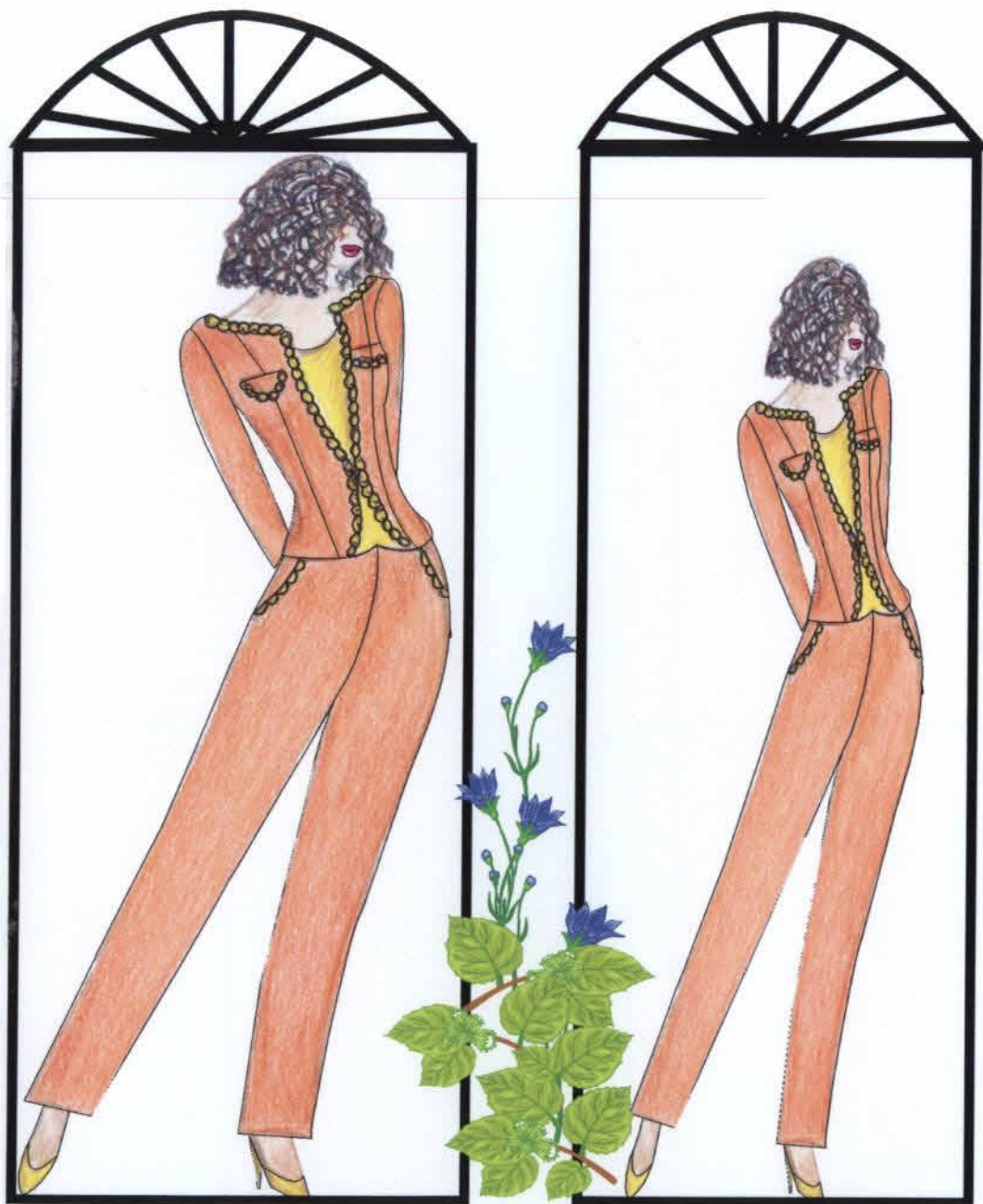


Mujer delgada y baja



2 OPCIONES





Mujer alta y esbelta

Mujer baja y delgada



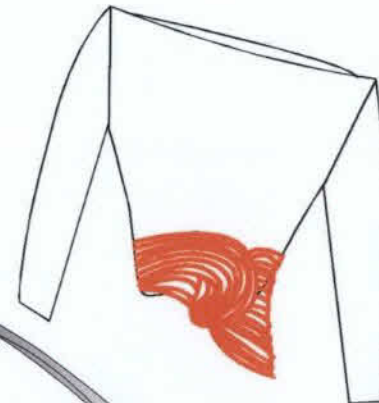


Mujer alta y esbelta

Mujer baja y delgada



3 OPCIONES





Mujer alta y esbelta

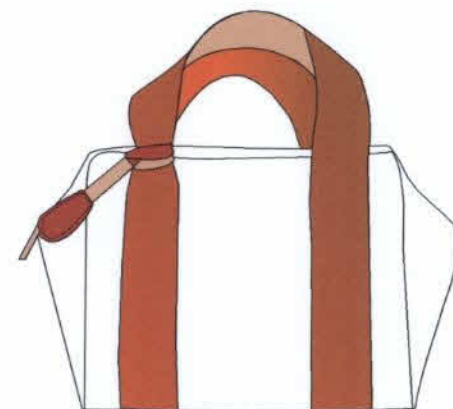
Mujer rrellenita y baja





Mujer alta y esbelta

Mujer rrellenita y baja



2 OPCIONES





Mujer alta y esbelta



Mujer delgada y bajita





Mujer alta y esbelta



Mujer baja y delgada





Mujer Alta y esbelta

Mujer delgada y baja



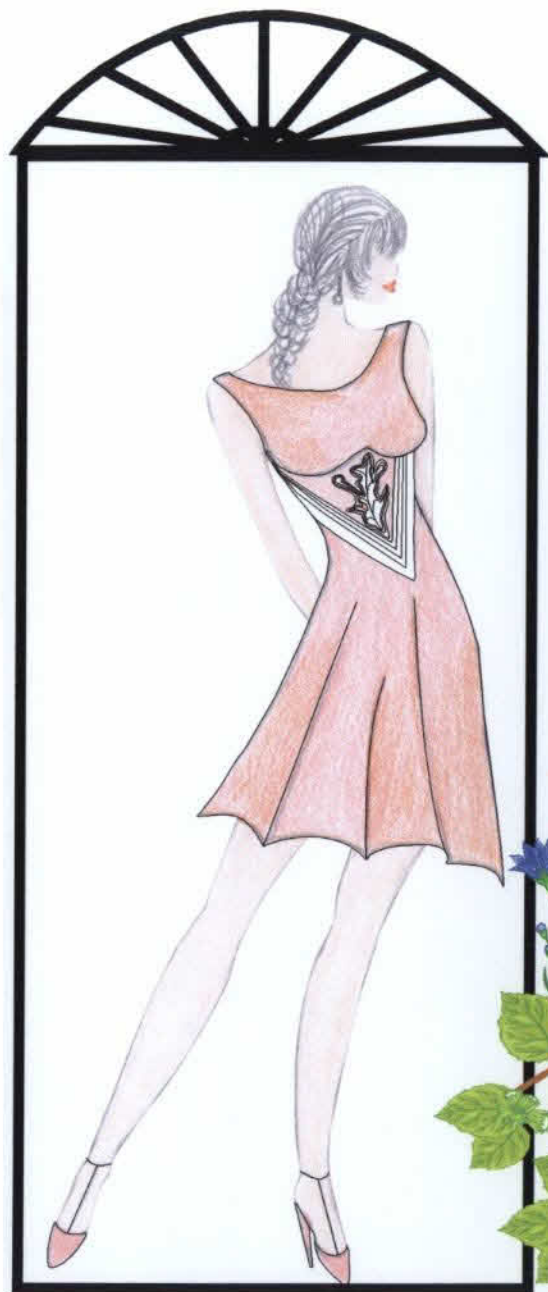


Mujer Alta y esbelta



Mujer delgada y baja



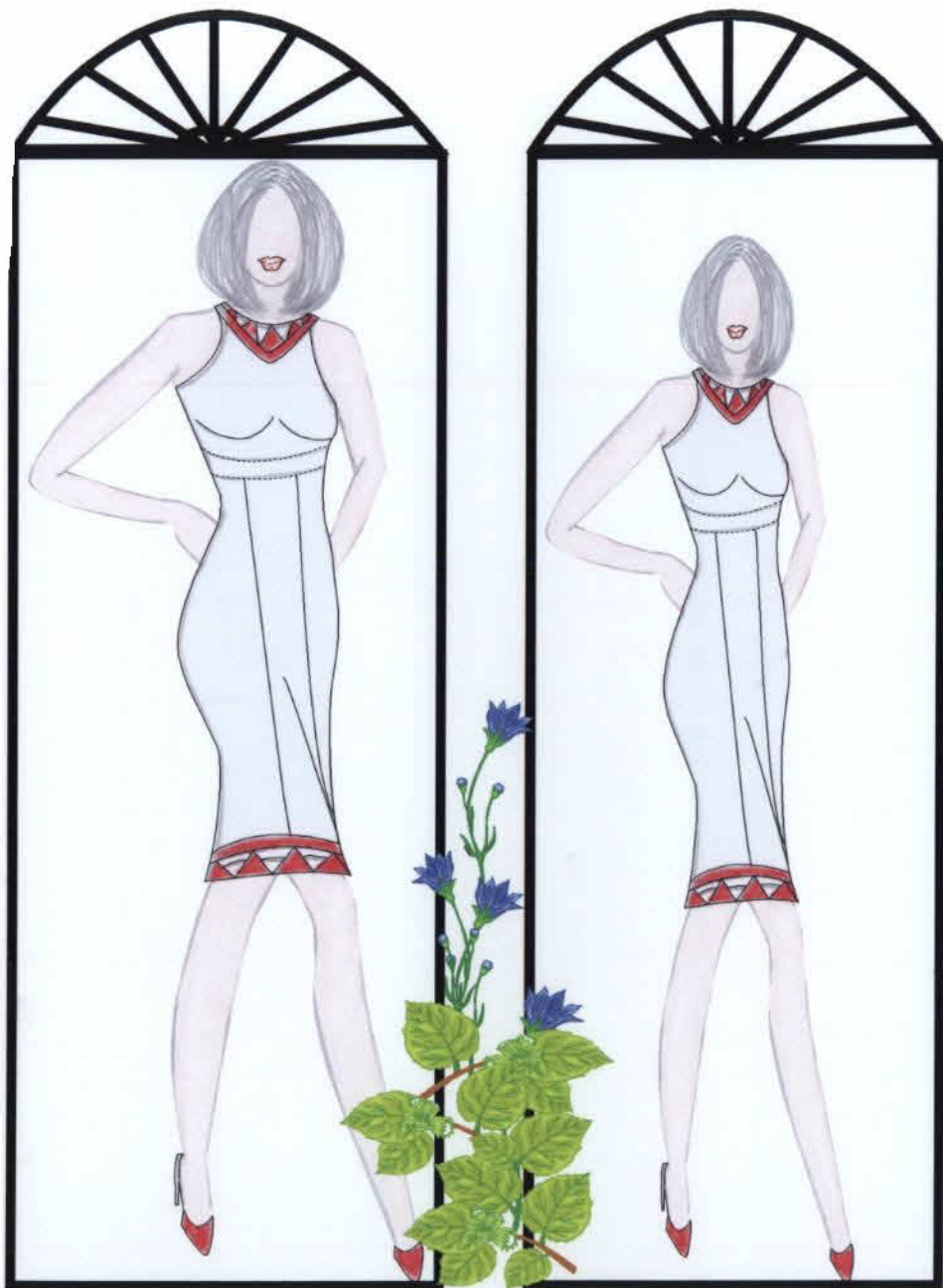


Mujer alta y esbelta



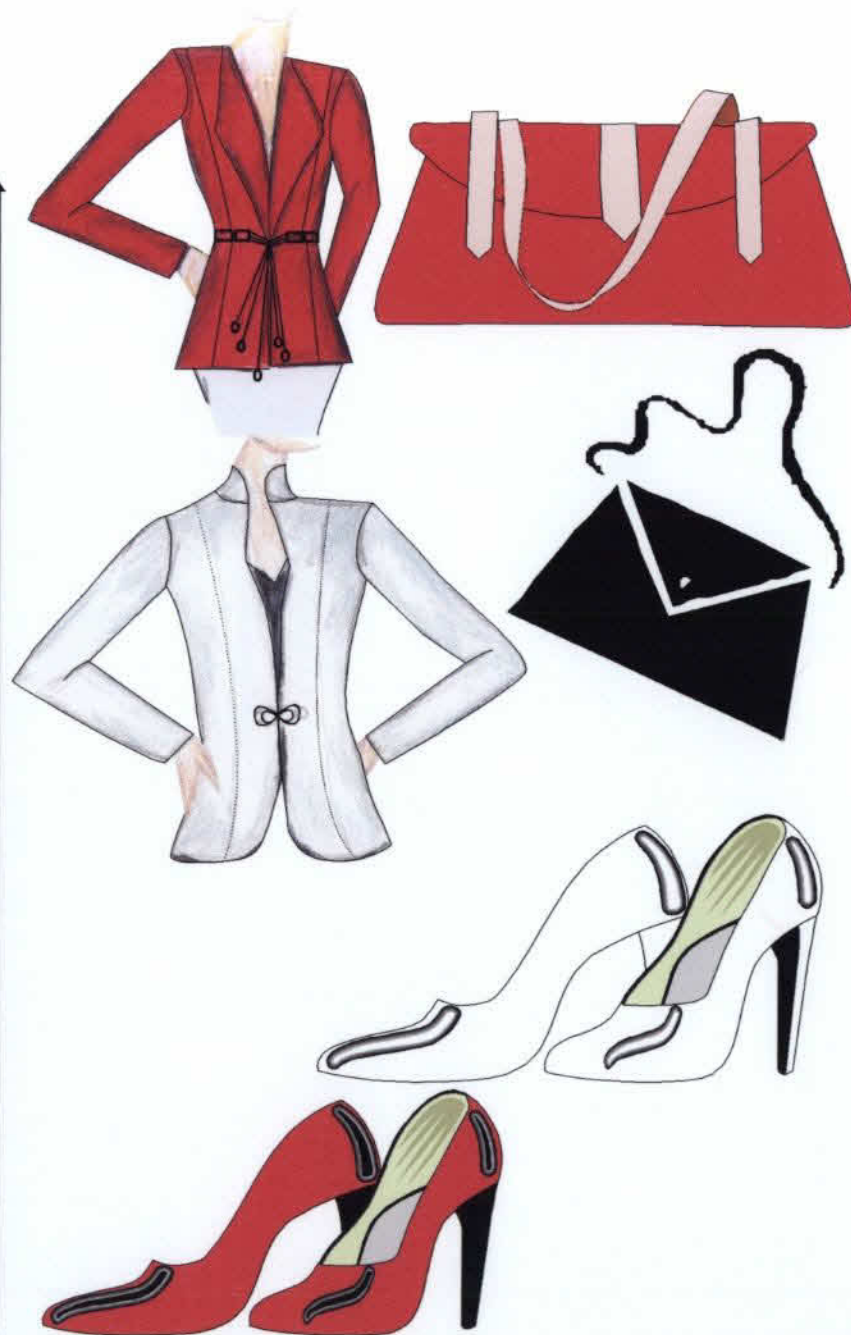
Mujer delgada y baja

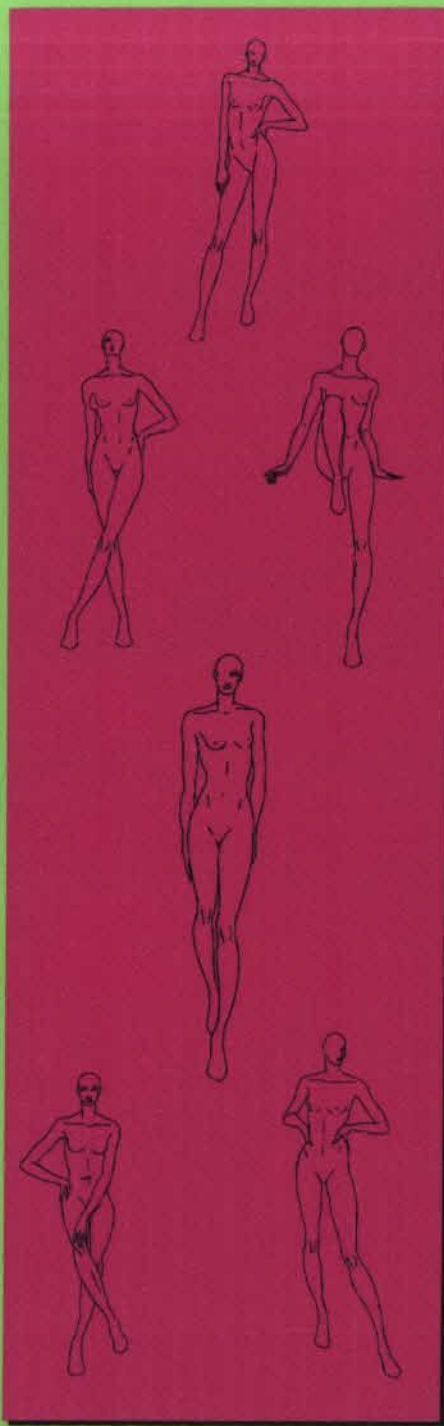




Mujer Alta y esbelta

Mujer delgada y baja



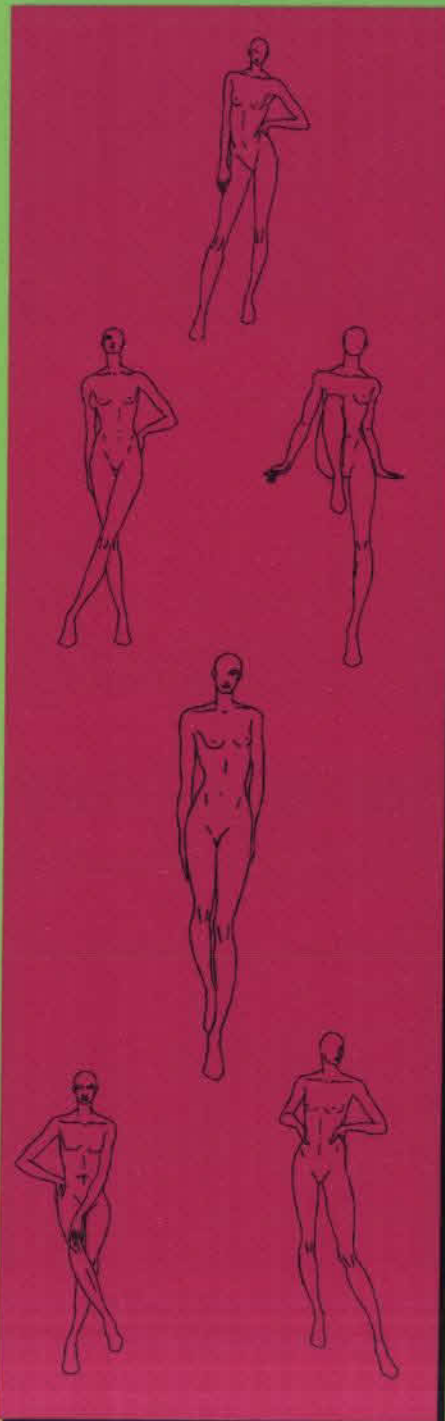


Conclusiones

Conclusiones

A. Conclusiones

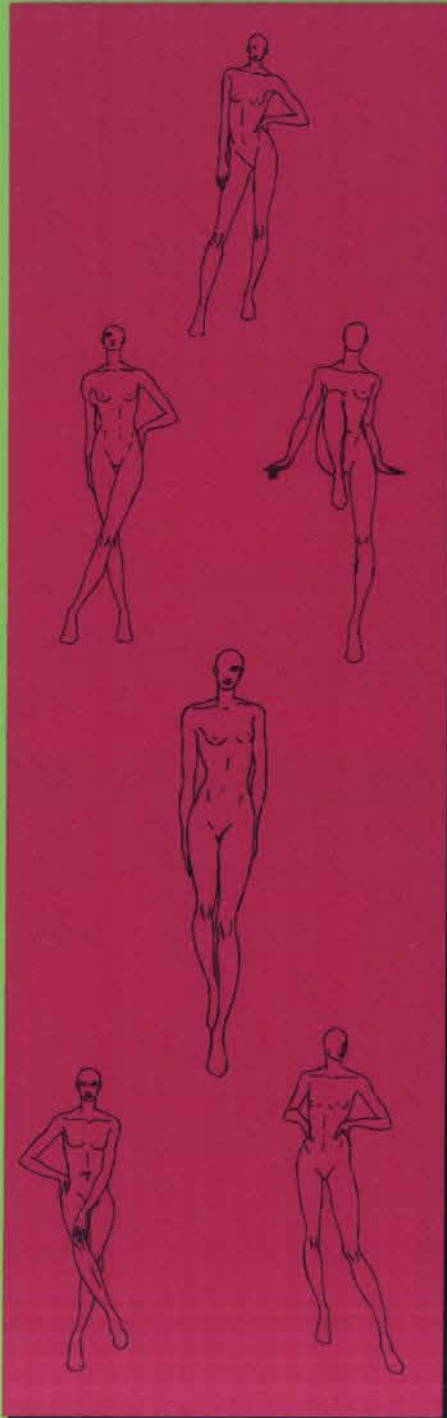
- 1-La mujer profesional obtendrá una ayuda fácil sin la necesidad de una profesional de la moda ya que ella sabrá elegir lo que tiene en el guardarropa y algunas que obtengan de los almacenes más la ayuda *La Guía de Moda* para saber que conjunto llevara a su trabajo al día siguiente.
- 1-Hoy en Panamá tenemos eventos como Días de Moda y otras pasarelas con, lo cual la mujer ejecutiva sabe lo que quiere cada día para su guardarropa y su presentación personal.
- 2-Es importante que para combinar un conjunto ejecutivo hay que conocer primero lo que tenemos en nuestro armario, y que podemos comprar en los almacenes para completar nuestro guardarropa.
- 3-En los últimos años, la moda ha dejado de ser una tendencia de uniformar, para abrirse paso a las necesidades concretas y particulares de las profesionales de todo tipo.
- 4-La tarea de la mujer es tener un vestuario a punto no es difícil ni tan caro, con *La Guía de Moda* a ella le facilitaría más su tiempo y ahorraría dinero.
- 5- La orientación con *La Guía de Moda* en el vestir de la mujer debe ser un método que debe diseñarse cada año, con esmero dedicación y empeño; ya que la profesional obtendrá una ayuda fácil sin necesidad de una profesional de la moda.



Recomendaciones

Recomendaciones

- 1-Se debe diseñar cada año una *Guía de Moda Ejecutiva* ya que ayudaría grandemente a reutilizar las piezas que ya existen en nuestro guardarropa.
- 2-La mujer profesional debe comprender las tendencias de la moda desde sus gustos, colores, texturas y formas de acuerdo a su edad y peso.
- 3-Se recomienda un buen fondo de armario, en el podemos tener prendas básicas, de calidad clásica que no pasan de moda, de líneas sobrias y elegantes que admitan combinaciones con otras más modernas.
- 4-Es importante conocer el patronaje que realza la figura, las prendas, los zapatos, las carteras, los accesorios y los colores, tonos de la piel y los diferentes peinados y cortes que están de moda que favorecen la figura de la mujer profesional.
- 5-Se debe investigar sobre las líneas de ropa ejecutiva en el comercio local, las tendencias y los ajustes que podemos hacerles a las piezas que tenemos en casa para sacarles mejor provecho.



Bibliografia



Libros

- 1- Alberto Barella Miro, **Control de Calidad Hilatura**,
Publicaciones de la ETSII, Secciones Textiles. Bogota Colombia. 1985
- 2- Anna María López López, **Diseño de Moda por Ordenador**
Editorial Anaya Multimedia, E.S.A. 2003
- 3- Bridgewater, Peter. **Papelería e Identidad Corporativa Introducción al
Diseño Gráfico**, McGraw Hill, 1999
- 4- Bierut, Michael, **Fundamentos del Diseño Gráfico**
Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2001
- 5- Beltran Y. Cruces, Raul Ernesto, **Publicidad en los Medios Impreso**
Editorial Trillas, México, 1992.
- 6- David Phyllis y Schwarts Steve, **Corel Draw 11**
Editoria Anaya Multimedia- Anaya Interativa, U.S.A, 2004.
- 7- Elena Moreira, **Revolucionaria de la Moda, Chanel.**
Queda, Buenos Aires, 2002
- 8- Florenci Mas, Lola Gavarrón. **1- Manual de Diseño de Moda.**
Los Libros de la Frontera, Madrid España, 2000
- 9- Felicity Everett, **Tu Guía del Diseño de Moda.**

Ediciones Montana, Madrid España, 1998.

10-Grupo Noriega, **Singer Detalles de Originalidad**
LIMUSA, México, 1992.

11- Gloria Corchuelo, **Castillas, Servicios Nacional de Aprendizaje.**
SENA, Colombia – Santa Fé de Bogota, 1998.

12- Gavin Ambrose, **Fundamentos del Diseño Creativo.**
Ediciones Parragón, España, 2002.

13- G.t. Lumpkin, Gregory G. Dess, **Dirección Estratégica**
Mac Graw Hill, México, 2004

14- López P. Santiago. **Diseño Gráfico para el Maestro. Arte y Publicidad.**
Editorial Pérez y Pérez. S.A, Panamá, 2000

15- Moisés Abraham y Joan Costa, **Publicidad y Diseño, El Nuevo Reto de la Comunicación.** Ediciones Infinito, Buenos Aires, 1999.

16- Peter Delius, **Historia de la Moda del Siglo XX,**
Editorial Edusa, Barcelona, España, 2000

17- Robert Stanley, **Adobe Photoshop 6.0**
Prentice may, Brazil, 2001

18- Rusell, J. Thomas y Lane W. Ronald, **Publicidad.**
Pearson Educación, Nuevo Mexico, 2001

19- Sévalo Anzola Rojas, **De la Idea a tu Empresa**

III Edición, Mac Graw Hill, México, 2004.

20- Perez de Zárate Dora, La Pollera Panameña
Editorial, Panamá, 1972.

Internet

1- ABOP, **Como ser una persona elegante, Moda y Personalidad.**
Service WWW.econopress.es, 2004, Venezuela.

Suplementos

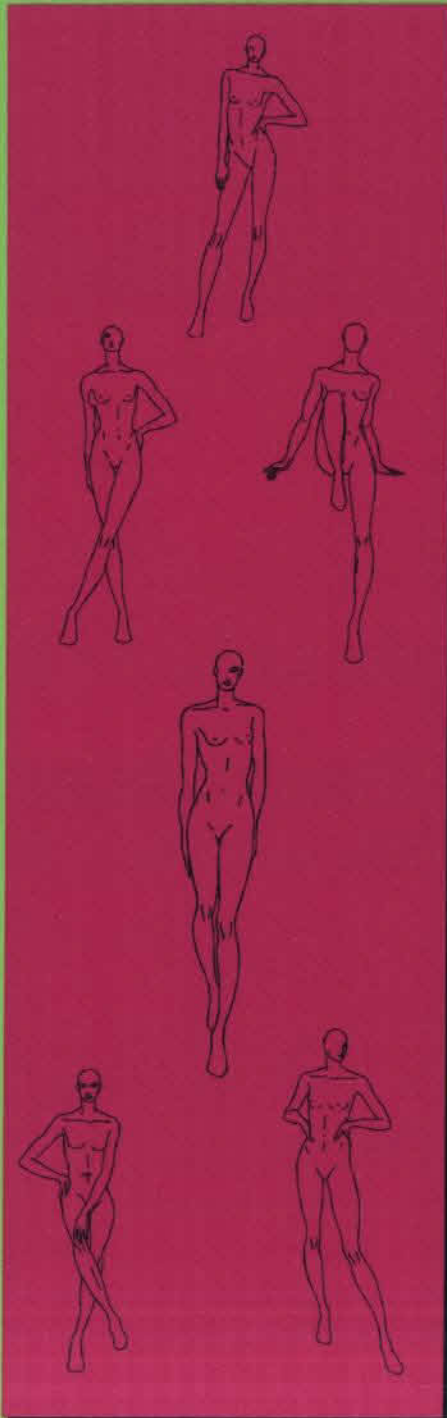
1- Ileana Pérez BurgosDiario, **Las Primeras Panameñas**
Suplemento Ellas, Impreso en la Prensa, Panamá 10 de 2004.

2- Ileana Pérez Burgos, **El oficio dicta el vestir.**
Suplemento Ellas, Impreso en la Prensa, Panamá 17 de 2005

3- Suplemento Ellas, **El Color de tu Belleza**
Diario la Prensa, Panamá 13 de 2005.

4- Suplemento Épocas, **Antiguas Postales del Carnaval de 1911**
Diario la Prensa, Impreso en la Prensa, Panamá enero 2005.

5- Rodrigo Miró Grimaldo, Suplemento Épocas, **Siglo XIX y principios de la República**
Diario la Prensa, Impreso en la Prensa, Panamá julio 2005.



Anexos

CRONOGRAMA DE TRABAJO

[illegible]

LEY DE DERECHO DE AUTOR
Ley No. 15. 8 de Agosto de 1994

Fragmentos de la Ley

TITULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1.- Las disposiciones de la presente Ley se inspiran en el bienestar social y el interés público, y protegen los derechos de los autores sobre sus obras literarias, didácticas, científicas o artísticas, cualquiera sea su género, forma de expresión, mérito o destino.

Los derechos reconocidos son independientes de la propiedad del objeto material en el cual esté incorporada la obra y no están sujetos al cumplimiento de ninguna formalidad. Los beneficios de los derechos que emanan de la presente Ley requerirán prueba de la titularidad.

Quedan también protegidos los derechos conexos a que se refiere la presente Ley. Toda acción que tienda a reclamar los beneficios del derecho de autor tendrá efectos hacia el futuro.

Artículo 2.- Para los efectos de esta Ley, las expresiones que siguen tendrán el siguiente significado:

1. Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.
2. Autoridad competente: Es la Dirección General de Derecho de Autor, a menos que la Ley indique expresamente otra cosa.
3. Artista, intérprete o ejecutante: Persona que represente, cante, lea, recite, interprete o ejecute en cualquier forma una obra.
4. Comunicación pública: Acto mediante el cual la obra se pone al alcance del público, por cualquier medio o procedimiento, según lo establece la presente Ley, que no consista en la distribución de ejemplares. Todo el proceso necesario y conducente para que la obra se ponga al alcance del público constituye comunicación.
5. Copia: Todo ejemplar de la obra, contenido en cualquier tipo de soporte material como resultado de un acto de reproducción.
6. Derecho habiente: Persona natural o jurídica a quien se transmiten derechos reconocidos en la presente Ley.

TITULO II

Sujetos

Artículo 3.- El autor es el titular originario de los derechos morales y patrimoniales sobre la obra, reconocidos por la presente Ley.

Se presume autor, salvo prueba en contrario, a quien aparezca como tal en la obra, mediante su nombre, firma o signo que lo identifique.

TITULO III

Objeto

Artículo 7.- El objeto del Derecho de Autor es la obra como resultado de la creación intelectual. Se consideran comprendidas entre las obras protegidas por la ley, especialmente las siguientes: las obras expresadas por escrito, incluidos los programas de ordenador, las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras consistentes en palabras expresadas oralmente; las composiciones musicales, con o sin letra, las obras dramáticas y dramático-musicales, las obras coreográficas, pantomímicas, las obras audiovisuales, cualquiera sea el soporte material o procedimiento empleado; las obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; las obras de bellas artes, incluidas las pinturas, dibujos, esculturas, grabados y litografías; las obras de arquitectura, las obras de arte aplicado, las ilustraciones, mapas, planos, bosquejos y obras relativas a la geografía, la topografía, la arquitectura o las ciencias; y, en fin, toda producción literaria, artística, didáctica o científica susceptible de ser divulgada o publicada por cualquier medio o procedimiento.

Nuestra idea es ofrecer un producto de mayor calidad, **LA GUÍA DE DISEÑO DE MODA PARA MUJERES PROFESIONALES** quiere ofrecerles esta guía práctica para colaborar con las profesionales de Panamá, para conocer opiniones cualificadas sobre el producto, de este modo conseguir una mejor opinión y aceptación de la **Guía de Moda**.

La Guía de Moda Ejecutiva tiene como objetivo, la función de dar apoyo a la mujer profesional el apoyo de vestirse y combinarse correctamente.

CUESTIONARIO

Estimada señorita o señora su opinión es muy importante para nosotros, a continuación le haremos unas preguntas con el fin de conocer su criterio y grado de conocimiento de nuestro producto. Se le agradece su colaboración.

Datos Personales:

1- **Edad:**

2- **Educación:**

- ☐ Ninguna
- ☐ Básica
- ☐ Secundaria
- ☐ Superior
- ☐ Postgrado
- ☐ Maestría
- ☐ Otros

3- **Ocupación:**

4- **Estado Civil:**

- ☐ Soltero
- ☐ Casado

5- **¿Cuántos miembros tiene su familia?:**

6- **¿Quiénes forman su familia?:**

- ☐ Padres
- ☐ Hijos
- ☐ Esposo/Esposa

7- **Nivel de Ingresos:**

- ☐ De B/.250.00 hasta B/.300.00
- ☐ De B/.301.00 hasta B/.500.00
- ☐ De B/.501.00 hasta B/.1000.00
- ☐ De B/.1001.00 en adelante.

8- ¿Cuál es el modo de transporte que usualmente utiliza?

- ☐ Bus
- ☐ Taxi
- ☐ Automóvil

9. ¿En qué tipo de vivienda reside?:

- ☐ Propia
- ☐ Rentada
- ☐ Otras

10. ¿Con qué frecuencia esta comprando usted vestidos de oficina)?

- ☐ Semanalmente
- ☐ Quincenalmente
- ☐ Mensualmente
- ☐ Otras

11. Indique la importancia que significa para usted vestirse:

- ☐ Elegantemente
- ☐ Combinadamente
- ☐ Sencillamente
- ☐ Cómodamente
- ☐ Una combinación de ambos.

12. ¿Compara usted los precios de acuerdo a las marcas?

- ☐ SI
- ☐ NO

13. ¿Los colores que existen en el mercado le satisfacen?

- ☐ SI
- ☐ NO

14. ¿Ha utilizado usted alguna vez una **Guía de Moda** para su vestuario diario en su oficina?

- ☐ SI
- ☐ NO

15. ¿Le gustaría a usted recibir una Guía de Moda?
- ☐ SI
- ☐ NO
16. ¿Piensa usted que esta guía le ayudaría mucho con sus gustos y preferencias para seleccionar sus vestidos por su:
- ☐ Diseños
- ☐ Rápida ayuda en las combinaciones.
- ☐ Por comodidad
17. ¿Ve usted **La Guía de Moda para Ejecutivas** como una forma cómoda y eficaz para la solución de su problema?
- ☐ SI
- ☐ NO
18. ¿Conoce usted alguna **Guía de Moda** que le ayude a solucionar a combinar conjuntos de vestidos rápidamente?
- ☐ SI
- ☐ NO
19. ¿Usaría usted la **Guía de Moda Ejecutiva** como?:
- ☐ Un pasatiempo
- ☐ Una solución
- ☐ Como parte de su trabajo
- ☐ Otra revista más
- ☐ Otros
20. ¿El precio es un factor decisivo para elegir o comprar la **Guía** en un futuro?
- ☐ SI
- ☐ NO
21. ¿Dónde le gustaría a usted recibir esta **Guía de Moda**, por:
- ☐ Suscripciones
- ☐ Correo
- ☐ establecimientos
22. ¿Cuáles de las siguientes características considera importante pueda tener una **Guía de Moda Ejecutiva**?
- ☐ Que sea interesante
- ☐ Que sea cómoda.
- ☐ Que tenga variedad de diseños, texturas y colores.
- ☐ Que sea flexible al bolsillo.

23. ¿Estaría usted interesado en acceder a una pagina web que brinde información sobre este producto?

- ☐ SI
- ☐ NO

24. ¿Qué medios de publicidad usted prefiere?

- ☐ TV
- ☐ Radio
- ☐ Prensa
- ☐ Todos

25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?

- ☐ De B/.15.00 a B/.20.00
- ☐ De B/.20 a B/.25.00
- ☐ De B/.20.00 a B/.30.00
- ☐ De B/.30.00 o más